

**UNIVERSIDAD PRIVADA LÍDER PERUANA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



**UNIVERSIDAD  
LÍDER PERUANA**

**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA  
ACTITUD EMPRENDEDORA EN UNIVERSITARIOS DEL IX Y X  
CICLO DE ECONOMÍA DE LA UNIVERSIDAD LÍDER PERUANA,  
LA CONVENCIÓN - 2022**

**Autor**

Bach. Carlos Montañez Cruz

**Asesor**

Mg. Magali Baca Puma

**Santa Ana, La Convención, Cusco**

**2022**

## **Datos generales**

**Título:**

Actitud emprendedora en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad  
Líder Peruana, La Convención - 2022

**Línea de investigación:**

Negocios y emprendimiento

**Especialidad:**

Escuela Profesional de Economía

**Investigador:**

Bach. Carlos Montañez Cruz

**Asesor:**

Mg. Magali Baca Puma

**HOJA DE DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS FIRMADA  
POR EL TESISISTA**

Yo, Carlos Montañez Cruz.....  
 identificado (a) con DNI N° 42682761....., Bachiller de la Escuela Profesional  
 de Economía.....y domiciliado(a) en la calle/ Jirón/  
 Av. Jr. Rosales - B-1.....del  
 distrito Santa Ana.....Provincia La Convención Departamento Cusco  
 .....Celular 984613014 Email: montanezc070@y.mail

Com:..... DECLARO BAJO JURAMENTO: Que la tesis que presento  
 es original e inédita, no siendo copia parcial ni total de una tesis desarrollada, y/o realizada  
 en el Perú o en el extranjero, en caso contrario de resultar falsa la información que  
 proporcione, me sujeto a los alcances de lo establecido en el Art. N° 411, del código penal  
 concordante con el Art. 32° de la Ley N° 27444, y la ley del procedimiento Administrativo  
 general y las Normas Legales de Protección a los Derechos de Autor. En fe de lo cual firmo  
 la presente.

Santa Ana, 26 de Enero.....del 2023..

  
 .....  
 DNI N°: 42682761.....

**UNIVERSIDAD PRIVADA LIDER PERUANA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE ECONOMÍA**  
**“ACTITUD EMPRENDEDORA EN UNIVERSITARIOS DEL IX Y X**  
**CICLO DE ECONOMÍA DE LA UNIVERSIDAD LÍDER PERUANA,**  
**LA CONVENCIÓN - 2022”**

Presentado por Carlos Montañez Cruz

**Presidente:** .....

*Mg. Vilma Ruiz Alvarez*

**Primer Miembro:** .....

*Mg. Angel Jaime Orduña Ventura*

**Segundo Miembro:** .....

*Mg. Alejandro Rojas Luque*

**Asesor:** .....

*Mg. Magali Baca Puma*

### **Dedicatoria**

A mi madre; Aydee Belarmina, por su forma ejemplar de ser, quien perfiló en mí; con sus ideas de progreso y superación. Gracias querida madre, por ser el modelo de perseverancia y éxito, por demostrarme y así lograr el objetivo pese a las dificultades, porque Dios está presente en nuestros corazones.

A mi querido hijo, que es la razón de mi vida, mi mayor motivo para seguir avanzando y así encontrar el camino deseado.

A mis hermanos Yuli, Eliana y Guido; por su inmenso amor y cooperación constante, durante todo este trabajo, por confiar en mí y darme su apoyo, a ustedes les digo; mil gracias.

A mi querido Padre, que, desde el cielo, siempre guía los pasos que doy y mi camino. Gracias querido Padre.

Finalmente, a toda mi familia, y especialmente a mi abuelita Pilar, quien, a través de sus consejos y oraciones, siempre me apoyó a seguir el hilo conductor en la vida para lograr los objetivos propuestos. mil gracias a todos

## **Agradecimiento**

Agradezco en primera instancia a Dios nuestro Señor, por guiarme y darme la oportunidad de lograr el objetivo propuesto.

A mi querida Universidad Líder Peruana del Cusco y a todas las autoridades de esta casa de estudios, por darme la oportunidad de concluir y cerrar una etapa más en mi vida.

Finalmente, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la Mg. Magali Baca Puma, quien, a pesar de toda su ardua labor, supo darme un espacio durante todo este proceso, quien, con su dirección, su amplio conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo de investigación.

Muchas gracias!!!!

## Índice de contenido

Datos generales .....	ii
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenido .....	vii
Índice de tablas .....	xi
Índice de figuras.....	xii
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
Introducción .....	xv
<b>CAPÍTULO I: Planteamiento del problema .....</b>	<b>1</b>
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2. Formulación del problema .....	3
1.2.1. Problema general .....	3
1.2.2. Problemas específicos.....	4
1.3. Objetivo de investigación .....	4
1.3.1. Objetivo general .....	4
1.3.2. Objetivos específicos .....	4
1.4. Formulación de hipótesis .....	4
1.5. Justificación de la investigación .....	5
1.5.1. Justificación teórica .....	5
1.5.2. Justificación práctica .....	5
1.5.3. Justificación de implicancia social .....	5
1.5.4. Justificación metodológica .....	5
1.6. Delimitaciones de la investigación .....	5
1.6.1. Espacial.....	5
1.6.2. Temporal.....	6
1.6.3. Teórico.....	6
<b>CAPÍTULO II: Marco teórico .....</b>	<b>7</b>
2.1. Antecedentes de la investigación .....	7
2.1.1. Antecedentes internacionales .....	7
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	8
2.1.3. Antecedentes locales.....	9
2.2. Bases teóricas.....	11

2.2.1.	Actitud emprendedora .....	11
2.2.1.1.	Importancia de la actitud emprendedora.....	12
2.2.1.2.	Áreas de aplicación de la actitud emprendedora.....	12
2.2.1.3.	Los emprendedores y la actitud emprendedora.....	13
2.2.1.4.	Componentes de la actitud emprendedora .....	13
2.2.1.5.	La universidad y la actitud emprendedora.....	14
2.2.1.6.	Enfoque económico de la actitud emprendedora .....	14
2.2.1.7.	Clasificación de la actitud emprendedora.....	14
A.	Capacidad de realización .....	14
<input type="checkbox"/>	Búsqueda de oportunidades .....	15
<input type="checkbox"/>	Iniciativa .....	15
<input type="checkbox"/>	Exigencia de la calidad .....	16
<input type="checkbox"/>	Persistencia .....	16
<input type="checkbox"/>	Compromiso.....	16
<input type="checkbox"/>	Eficacia .....	17
<input type="checkbox"/>	Resolución de problemas .....	17
<input type="checkbox"/>	Independencia .....	17
B.	Capacidad de planificación.....	18
<input type="checkbox"/>	Establecimiento de metas.....	18
<input type="checkbox"/>	Búsqueda de información .....	19
<input type="checkbox"/>	Planificación sistemática.....	19
<input type="checkbox"/>	Utilización de recursos financieros.....	19
<input type="checkbox"/>	Monitoreo.....	20
C.	Capacidad de relacionarse socialmente .....	20
<input type="checkbox"/>	Persuasión .....	21
<input type="checkbox"/>	Autoconfianza.....	21
<input type="checkbox"/>	Optimización de la red de contactos .....	22
2.2.2.	Identificación y conceptualización de variable.....	22
2.2.3.	Operacionalización de variables .....	22
2.3.	Marco conceptual.....	23
CAPÍTULO III: Metodología de la investigación .....		26
3.1.	Tipo de investigación.....	26
3.2.	Enfoque de la investigación .....	26
3.3.	Diseño de la investigación .....	26
3.4.	Alcance de la investigación .....	26



3.5.	Población y muestra.....	27
3.5.1.	Población .....	27
3.5.2.	Descripción de muestra .....	27
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	28
3.6.1.	Técnica.....	28
3.6.2.	Instrumento .....	28
3.7.	Técnicas de procedimiento y análisis de datos .....	28
3.8.	Procedimiento de procesamiento de datos.....	28
3.9.	Confiabilidad y validez .....	29
3.9.1.	Confiabilidad .....	29
3.9.2.	Validez.....	30
CAPÍTULO IV: Resultados y discusión.....		31
4.1.	Baremación .....	31
a.	Procedimiento de la Baremación .....	31
4.2.	Resultados de la actitud emprendedora .....	32
4.2.1.	Resultados de la dimensión capacidad de realización .....	32
A.	Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de realización y sus indicadores.....	32
B.	Capacidad de realización .....	36
C.	Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de realización .....	37
4.2.2.	Resultados de la dimensión capacidad de planificación.....	39
A.	Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de planificación y sus indicadores.....	39
B.	Capacidad de planificación.....	42
C.	Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de planificación...	43
4.2.3.	Resultados de la dimensión capacidad de relacionarse socialmente .....	45
A.	Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de relacionarse socialmente y sus indicadores.....	45
B.	Capacidad de relacionarse socialmente.....	46
C.	Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de relacionarse socialmente.....	48
4.2.4.	Resultados de la variable actitud emprendedora .....	49
4.2.5.	Comparación promedio de las dimensiones actitud emprendedora .....	51
4.3.	Discusión .....	53
Conclusiones.....		56

Recomendaciones .....	58
Referencias bibliográficas.....	59
ANEXOS .....	64
Anexo 1: Operacionalización de variables .....	65
Anexo 2: Matriz de consistencia.....	66
Anexo 3: Instrumento de recopilación de datos.....	67
Anexo 4: Ficha de validación de instrumentos por juicio de expertos .....	71
Anexo 5: Base de datos de la prueba piloto y prueba de confiabilidad .....	75
Anexo 6: Captura de imagen (Base de datos de SPSS) .....	76

## Índice de tablas

Tabla 1 Conceptualización de variable .....	22
Tabla 2 Operacionalización de variables .....	23
Tabla 3 Cantidad de estudiantes del IX y X ciclo de la escuela de Economía - 2022....	27
Tabla 4 Análisis de la consistencia o confiabilidad de un instrumento .....	29
Tabla 5 Estadísticas de fiabilidad de la encuesta piloto.....	29
Tabla 6 Expertos de la validación.....	30
Tabla 7 Descripción de la escala de baremación .....	31
Tabla 8 Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de realización y sus indicadores- parte 1 .....	32
Tabla 9 Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de realización y sus indicadores- parte 2 .....	34
Tabla 10 Resumen de la dimensión capacidad de realización .....	36
Tabla 11 Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de realización.....	37
Tabla 12 Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de planificación y sus indicadores- parte 1 .....	39
Tabla 13 Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de planificación y sus indicadores- parte 2 .....	41
Tabla 14 Resumen de la dimensión capacidad de planificación .....	42
Tabla 15 Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de planificación .	43
Tabla 16 Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de relacionarse socialmente y sus indicadores.....	45
Tabla 17 Resumen de la dimensión capacidad de relacionarse socialmente .....	46
Tabla 18 Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de relacionarse socialmente .....	48
Tabla 19 Resumen de la variable actitud emprendedora .....	49
Tabla 20 Comparación promedio de las dimensiones de la actitud emprendedora.....	51

## Índice de figuras

Figura 1 Dimensión capacidad de realización y sus indicadores- parte 1 .....	33
Figura 2 Dimensión capacidad de realización y sus indicadores- parte 2 .....	34
Figura 3 Capacidad de realización .....	36
Figura 4 Comparación promedio de los indicadores del soporte físico.....	38
Figura 5 Dimensión capacidad de planificación y sus indicadores- parte 1 .....	40
Figura 6 Dimensión capacidad de planificación y sus indicadores- parte 2 .....	41
Figura 7 Capacidad de planificación .....	42
Figura 8 Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de planificación ..	44
Figura 9 Dimensión capacidad de relacionarse socialmente y sus indicadores.....	45
Figura 10 Capacidad de relacionarse socialmente .....	47
Figura 11 Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de relacionarse socialmente.....	48
Figura 12 Actitud emprendedora .....	50
Figura 13 Comparación promedio de las dimensiones de la actitud emprendedora .....	51

## Resumen

La presente investigación planteó como objetivo describir la actitud emprendedora en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención – 2022, fue un estudio de tipo básico, enfoque cuantitativo, se aplicó el diseño no experimental de corte transversal y de alcance descriptivo, la población está compuesta por 48 estudiantes universitarios, se obtuvo una muestra no probabilístico intencional de 35 estudiantes, a quienes se les aplicó un cuestionario con 29 ítems, los cuales fueron validados por opinión de expertos y presentan la confiabilidad con el Alfa de Cronbach. Los resultados a los que se llegaron indica que: De acuerdo al objetivo general se concluye que la actitud emprendedora en los estudiantes de IX y X ciclo de la Escuela Profesional de Economía en la Universidad Líder Peruana, se presenta con un promedio de 3,40 resultado que indica que es regular, en cuanto a la capacidad de realización se presenta con 3,43 y la capacidad de planificación con 3,41, ambas dimensiones muestran un desarrollo alto, para la dimensión de capacidad para relacionarse socialmente, se presenta con un promedio de 3,36 lo que indica que se desarrolla de manera regular.

**Palabras clave:** Actitud emprendedora, capacidad de realización, capacidad de planificación y capacidad de relacionarse socialmente.

### **Abstract**

The objective of this research was to describe the entrepreneurial attitude in university students of the IX and X cycle of Economics of the Universidad Líder Peruana, La Convención - 2022, it was a basic type study, quantitative approach, the non-experimental cross-sectional design was applied and of descriptive scope, the population is made up of 48 university students, an intentional non-probabilistic sample of 35 students was obtained, to whom a questionnaire with 29 items was applied, which were validated by expert opinion and present reliability with Alpha de Cronbach. The results that were reached indicate that: According to the general objective, it is concluded that the entrepreneurial attitude in the students of IX and X cycle of the Professional School of Economics at the Universidad Líder Peruana, is presented with an average of 3.40 a result that indicates that it is regular, in terms of the ability to carry out it is presented with 3.43 and the planning capacity with 3.41, both dimensions show a high development, for the dimension of ability to relate socially, it is presented with a average of 3.36, which indicates that it develops regularly.

**Keywords:** Entrepreneurial attitude, ability to achieve, planning ability and ability to relate socially

## Introducción

La actitud emprendedora en todas las personas juega un rol importante a efectos de garantizar un futuro seguro, para tal fin es importante que dicha actitud presente los más adecuados niveles en su desarrollo, con el fin de garantizar el éxito.

El presente trabajo tiene como objetivo describir es actitud emprendedora en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención – 2022, el mismo que está dividido en los siguientes capítulos:

**CAPÍTULO I: Planteamiento del problema:** En este capítulo se presenta la caracterización del problema, la formulación del problema general y específicos, los objetivos generales y específicos, la justificación, y la delimitación.

**CAPÍTULO II: Marco teórico:** En este capítulo se presentan los antecedentes de estudio, las bases teóricas relacionadas con la variable actitud emprendedora, la operacionalización de la variable y el marco conceptual.

**CAPÍTULO III: Metodología de la investigación:** En este capítulo se señala el diseño metodológico de la investigación, en donde se definirá el tipo, enfoque, diseño, alcance, la población, técnicas e instrumentos a utilizar, procedimiento de análisis, confiabilidad y validez del instrumento.

**CAPÍTULO IV: Resultados y discusión:** En este capítulo se presentan los resultados en base a los objetivos específico y general, asimismo, se realiza la discusión.

Finalmente, se elaboran las conclusiones, recomendaciones, consignan las referencias bibliográficas y los anexos.

## **CAPÍTULO I: Planteamiento del problema**

### **1.1. Descripción de la realidad problemática**

La actitud emprendedora, ha sido siempre un factor considerado y ponderado en todo ámbito social y económico, pues este al mostrar las capacidades en las personas, para fomentar y promover iniciativas empresariales, permite ver en las mismas distintas habilidades, así como actitudes y cualidades que demuestran en ella su capacidad de inspiración y confianza en sí mismos.

Es por lo antes mencionado que se ha podido observar cuán importante es a nivel global que un estado a través de su sociedad, se convierta en impulsor de emprendimientos con los cuales se generen espacios laborales e ingresos tanto para los emprendedores sus colaboradores y en consecuencia para el estado, sin embargo, en muchos espacios si bien existen una serie de emprendimientos, estos no necesariamente son atendidos y fortalecidos por el estado, generando ello serios problemas tanto para el emprendedor como para el estado mismo.

Dicha problemática es observada de manera más clara y evidente en el Perú, ya que por tradición el país ha sido siempre generador de grandes emprendimientos y emprendedores, tal como lo manifiesta en su ranking el Global Entrepreneurship Monitor (2019) quienes indican que es uno de los países en Latinoamérica y el mundo con mayor intención para realizar un emprendimiento, en el mismo sentido Silva (2021) expone que se encuentra en el cuarto lugar de actitudes emprendedoras en Latinoamérica y el octavo lugar de emprendimiento a nivel mundial, muchos de los cuales se han encaminado por la senda del éxito, sin embargo, otro grupo más alto, no han podido seguir dicho camino por diversos factores existiendo una discontinuidad de emprendimientos del 7,6% y otros que son poco innovadores en un 2,9%, de los cuales están ligados a la falta de apoyo por parte del estado a fin de que estos puedan canalizarse y principalmente formalizar su quehacer, ello frente a la ausencia de normas y políticas que incentiven, promuevan y salvaguarden dicha actividad que en el Perú incorpora más de cuatro millones de microempresarios emprendedores, de los cuales, un escaso 20% se encuentra debidamente formalizado (Sociedad Nacional de Industrias, 2022).

Dicha problemática al adentrarse a un análisis mucho más específico se centra en la Región Cusco, de acuerdo a la Cámara de Comercio, Industria, servicios, Turismo y de la producción del Cusco (2022) el Cusco dentro de las 25 regiones ocupa el puesto 10,



la cual por sus particulares bondades en la existencia de recursos naturales e históricos, muestra un alto nivel en la actitud emprendedora de sus pobladores, sin embargo la misma, al igual que las líneas antes mencionadas en muchas ocasiones se constituye en una actividad con altos niveles de volatilidad ya que la creación y desaparición de emprendimientos, es una constante con el perjuicio que ello genera principalmente en la inversión que desarrolla el emprendedor y que en muchas ocasiones, se ve prontamente desaparecida por factores de inexperiencia propia en el emprendedor así como por factores externos relacionados con el mercado, leyes, tecnología, capital, informalidad, entre otros.

La universidad, al ser un espacio fundamental para la generación de conocimientos, y capacidades en sus estudiantes, debería promover y fomentar la actitud emprendedora en sus estudiantes y en las diversas áreas en las que estos se vienen formando, principalmente en aquellos de las áreas de las ciencias empresariales y económicas, tal es el caso de la Universidad Líder Peruana y sus estudiantes de la carrera de Economía, principalmente de los ciclos IX y X.

Para tal fin la presente investigación, busca conseguir información sobre cuál es el nivel de la capacidad emprendedora que muestran los estudiantes de Economía, a partir de la observación de su capacidad de realización, en la cual se deberán observar factores relacionados con la capacidad de poder vencer desafíos en los mismos, factor que en muchas ocasiones, no necesariamente, es el más adecuado en los estudiantes, considerándose para ello elementos como la capacidad de buscar oportunidades la cual no es de manejo de todos los estudiantes, pues algunos sienten temor de hacerlo lo que hace que se deje de lado la iniciativa que debieran presentar en temas de emprendimiento, junto a ello se pudo observar que también son pocos los estudiantes que buscan capacitarse por su cuenta para poder adquirir conocimientos sobre la calidad de los productos y servicios y así poder cumplir con las exigencias de calidad que el mercado demanda, lo que hace que no siempre sean persistentes frente a las diferentes situaciones que se presentan, dejando así de lado el compromiso y la eficacia que debieran tener frente a sus ideas y propuestas, así también su capacidad de resolución de problemas no parece ser la más adecuada, pues algunos estudiantes cuando no tienen apoyo abandonan el inicio de sus actividades, mostrándose así la poca independencia que tienen para poder realizar los emprendimientos, ya que prefieren hacer las cosas en grupo o por exigencia de algún familiar o mentor que tengan.

Por otro lado, en lo que respecta a la capacidad de planificación, la cual en muchos ámbitos no es la más adecuada, ni muestra su debida práctica, para ello se busca conocer en los estudiantes sus habilidades y capacidades sobre el establecimiento de metas pues son pocas las personas que a nivel universitario saben lo quieren lograr, por lo cual muestran interés en realizar la búsqueda de información sobre temas que les ayuden a definir un emprendimiento y que este sea rentable, por lo que no manejan una planificación sistemática en el desarrollo de sus actividades ni para el manejo de recursos financieros, junto a ello por la corta edad que tiene la mayoría no disponen de los recursos financieros necesarios para poder invertir en algún emprendimiento, dejando de lado muchas veces el monitoreo de los planes que tenían y de las actividades que debían de realizar.

Finalmente, en lo que respecta a la capacidad de relacionarse socialmente, al haber sido este un factor muy afectado como consecuencia de la pandemia del COVID-19, se busca identificar en los estudiantes en qué nivel se encuentran sus capacidades de persuasión ya que no todos logran convencer a sus amigos y familiares a que apoyen sus ideas, faltando autoconfianza en las actividades que realizan; por otro lado se observa que los estudiantes tienen un interés enorme de optimizar sus distintas redes de contactos, actualizando sus redes sociales y buscando ampliarlos.

Se considera como pronóstico frente a la situación problemática planteada y las intenciones que busca la misma, que de no lograr resultados que permitan plantear acciones que fomenten mayores y mejores actitudes emprendedoras, tanto en los estudiantes de la universidad como en otros contextos de similares características, se seguirá manteniendo un nivel de emprendimiento bajo en la universidad, por tal motivo se plantean las siguientes interrogantes:

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cómo es la actitud emprendedora en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención - 2022?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- ¿Cómo es la capacidad de realización en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención - 2022?
- ¿Cómo es la capacidad de planificación en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención - 2022?
- ¿Cómo es la capacidad de relacionarse socialmente en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención - 2022?

### **1.3. Objetivo de investigación**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Describir la actitud emprendedora en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención – 2022.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Describir la capacidad de realización en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención – 2022.
- Describir la capacidad de planificación en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención – 2022.
- Describir la capacidad de relacionarse socialmente en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención – 2022.

### **1.4. Formulación de hipótesis**

De acuerdo a lo manifestado por Hernández & Mendoza (2018) no siempre las investigaciones establecen hipótesis, formular o no dependerá del alcance inicial del estudio, el cual dependerá del planteamiento del problema. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son solamente aquellas que tienen un alcance correlacional o explicativo es decir causa-efecto, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra, un dato o un hecho (pág. 124), en ese entender para el caso de la presente investigación, se considera un alcance descriptivo, que no requiere de la formulación de la hipótesis puesto que no se pretende pronosticar un dato, sino simplemente describir el comportamiento de la variable.

## **1.5. Justificación de la investigación**

### **1.5.1. Justificación teórica**

El presente trabajo se justifica en lo teórico, con el aporte que hace a la comunidad científica con los resultados a los que arribe, presentándolos en las conclusiones.

### **1.5.2. Justificación práctica**

Se justifica en lo práctico, al presentar las recomendaciones que se obtiene de los resultados y las conclusiones, las cuales serán de uso y manejo de los estudiantes de la universidad; ya que tendrán información adecuada para mitigar y solucionar los problemas relacionados con emprendimientos, en ese sentido al buscar información sobre emprendimientos también les servirá para realizar su plan de acción y plan presupuestario de sus actividades y de esa manera mejorar su calidad de vida.

### **1.5.3. Justificación de implicancia social**

Con la presente investigación se elaboró un diagnóstico de la actitud emprendedora, en base a ello se hicieron las recomendaciones necesarias a fin de mejorar la actitud de los estudiantes para medrar los emprendimientos y podrán verse beneficiados los mismos estudiantes de la escuela de Economía y la población en su conjunto, al tener diversas alternativas de productos y servicios para su consumo.

Con esta investigación se busca que los emprendedores ofrezcan calidad de emprendimientos la cual va relacionado acorde a las exigencias y necesidades de la población Quillabambina.

### **1.5.4. Justificación metodológica**

En cuanto a la metodología se justifica con la propuesta del diseño de un instrumento para el recojo de datos, sirviendo de base en otros estudios.

## **1.6. Delimitaciones de la investigación**

### **1.6.1. Espacial**

La delimitación espacial se circunscribió al espacio geográfico de la ciudad de Quillabamba distrito Santa Ana Provincia de la Convención, Región Cusco.

### **1.6.2. Temporal**

La delimitación temporal se circunscribió al periodo comprendido de enero a julio del 2022.

### **1.6.3. Teórico**

La presente investigación se delimitó conceptualmente al uso de la teoría actitud emprendedora y sus dimensiones capacidad de realización, de planificación y de relacionarse socialmente, conceptos que fueron extraídos de diferentes libros, artículos científicos, trabajos de investigación, entre otros.

## **CAPÍTULO II: Marco teórico**

### **2.1. Antecedentes de la investigación**

#### **2.1.1. Antecedentes internacionales**

Rivadeneira y Cruz (2020) desarrollaron el estudio “Análisis de las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí”, se planteó como objetivo “analizar las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí”, se trabajó bajo el enfoque cualitativo, de alcance descriptivo y diseño no experimental, se aplicaron 187 encuestas a los estudiantes de todas las carreras de dicha universidad, los resultados muestran que el 45% de los estudiantes tienen habilidades para hacer negocios, el 58% manifestó que presenta disposición para asumir riesgos, el 49% indicó que tiene autonomía en las actividades que realiza, el 57 % respondió que tiene creatividad y el 44% muestra facilidad para comunicarse con los demás y toman la iniciativa frente a ciertas situaciones que se presentan.

También Gálvez et al. (2020), en su artículo: “Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública”. Cuyo objetivo fue: Determinar el nivel de intención de los estudiantes universitarios de instituir empresas propias, y cómo este es influido por su percepción acerca de las barreras y estímulos contenidos en ello. Esta investigación es de corte transversal, descriptivo y explicativo, puesto que analiza y observa en un momento determinado, los elementos que inciden de forma negativa o positiva en la intención emprendedora de los estudiantes objeto del estudio. Para este trabajo la muestra fue de 246 alumnos de contaduría pública y administración de empresas, teniendo en cuenta que dicha área geográfica, ha tenido problemas económicos y sociales a lo largo de su historia. Los resultados indican que el 69,92% muestra disposición para crear una empresa propia, el 20,73% presenta una disposición mediana y el 9,35% presenta un poco o nula disposición, tales resultados indican que los estudiantes presentan una alta motivación para hacer empresa, teniendo como principal motivo para emprender, lograr una seguridad personal y familiar, siendo el factor más desmotivante, la falta de capital.

Calderón y Figueroa (2018) en su artículo titulado: “La actitud emprendedora en el desarrollo de la vida académica de los estudiantes universitarios”. Cuyo objetivo fue: Determinar la actitud emprendedora en el desarrollo de la vida académica de los estudiantes a nivel superior. En lo que se refiere a la metodología, el estudio tiene un

diseño exploratorio, descriptivo, y transversal, con un enfoque cuantitativo. La técnica de la presente investigación fueron el cuestionario y la observación directa puesto que permitió presentar la distribución de datos a través de métodos de estadística descriptivos. La población del estudio estuvo conformada por 10,356 estudiantes matriculados, siendo la muestra de 371 estudiantes se llegó a la siguiente conclusión: al analizar las variables mediante el método de regresión lineal formada por el constructo de rasgos psicológicos establece que en lo que se refiere a la necesidad de logro y la propensión al riesgo, posee una correlación alta al explicar el espíritu emprendedor, por lo que se acepta la hipótesis, de que la formación recibida por los estudiantes en lo que respecta a la creación de empresas inciden en su espíritu emprendedor.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Diego y Velásquez (2021) en su tesis de grado titulada: “Perfil emprendedor y la actitud de emprendimiento de los estudiantes de administración de UPAO campus Trujillo - 2021”. Cuyo objetivo fue: Determinar la relación que existe entre el perfil emprendedor y la actitud de emprendimiento de los estudiantes de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego campus Trujillo – 2021. Se tomó como población a 843 estudiantes, y la muestra estuvo conformada por 256 estudiantes. El diseño de la investigación se realizó en concordancia con la orientación básica, conforme a la técnica de contrastación correlacional, se utilizó la técnica de la encuesta; siendo el instrumento el cuestionario. En lo que respecta a la actitud de emprendimiento de los alumnos de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego campus Trujillo – 2021, se llegó a la conclusión que, el 91.80% de los alumnos encuestados poseen un nivel alto y el 8.20% poseen un nivel medio, estos índices garantizan la creación de proyectos empresariales innovadores para el futuro.

Juárez (2019) en su tesis de grado titulada: “Influencia de la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial”. Cuyo objetivo fue: Establecer la influencia de la autoeficacia en la actitud emprendedora de los estudiantes de X ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial, la investigación fue de tipo básico, con un nivel explicativo causal, y diseño no experimental. Para este estudio, se aplicarán los instrumentos al total de la población, siendo de 64 alumnos de la universidad. La técnica que se aplicó fue la encuesta y el instrumento; el cuestionario. Se pudo concluir que los alumnos no formarían una empresa, aunque contaran con las oportunidades y medios para hacerlo, incluyendo el

financiamiento, con lo que se comprobó que la actitud emprendedora de estos estudiantes se ve impedida por factores como; la situación económica, el miedo al riesgo y al fracaso, así como el no confiar en sus propias habilidades, factores que les mantiene en la zona de confort. No obstante, se encontró un buen número de emprendedores potenciales, listos para ser orientados.

Choquehuayta (2017) en su tesis de pregrado titulada: “Actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno; 2016”, busca como objetivo determinar qué factores son importantes para el desarrollo de la iniciativa emprendedora en Estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, para el periodo 2016, en cuanto a la metodología del estudio, ésta fue descriptiva-explicativa, cuantitativa, no experimental, el resultado al que se llegó fue: la intención de emprender en los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, al 1% de significancia fueron, la experiencia laboral (EL), así como el contacto con nuevos emprendedores (CE); en tanto que al 5% de nivel de significancia, se presenta la variable familiar emprendedor (FE). Es importante señalar que, el coeficiente de determinación  $R^2 = 0,268$ ; indica un 26,8% de la variación en la actividad emprendedora de los estudiantes universitarios.

### **2.1.3. Antecedentes locales**

Núñez y Villena (2021) en su tesis de grado titulada: “Intención emprendedora de los estudiantes de la Escuela Profesional de Economía de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, 2019”. El objetivo de dicha investigación fue: Establecer el nivel de intención emprendedora de los estudiantes de la Escuela Profesional de Economía de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, año 2019, la metodología de la investigación fue de alcance descriptivo, enfoque cualitativo, y de diseño no experimental, la población estuvo conformada por 960 estudiantes, que realizando el cálculo a través de la técnica de muestreo probabilístico se obtuvo una muestra de 212 estudiantes, a los cuales se les aplicó un cuestionario de intención emprendedora, obteniendo como conclusión que: el 60.38% de estudiantes encuestados muestran un alto nivel de intención emprendedora, por otro lado, una mayoría de estudiantes de la Escuela Profesional de Economía muestran un alto nivel de actitud personal, el 59.43% de estudiantes muestran un alto nivel respecto a la dimensión norma subjetiva, en tanto que, el 89.15% de los de estudiantes muestran un nivel medio respecto a la dimensión control conductual percibido.



Covarrubias (2018) en su tesis de maestría titulada: “Formación académica y actitud emprendedora de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Andina del Cusco-2018”, tuvo como objetivo: Establecer las cualidades que han alcanzado y fortalecido los estudiantes para la creación de empresas. En cuanto a la metodología fue un estudio de tipo básico, trabajado bajo el alcance descriptivo-correlacional, teniendo en cuenta un enfoque cuantitativo y de diseño no experimental, la población estuvo conformada por 1235 estudiantes de la escuela profesional de Administración de la UAC, y la muestra fue de 220 estudiantes. La técnica utilizada fue la encuesta; y el instrumento el cuestionario. Se concluyó que, los conocimientos logrados en la Escuela Profesional de Administración en lo que concierne a la formación académica, optimizan y fortalecen en cierto nivel la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad Andina del Cusco, puesto que, dichos estudiantes tomarán buenas decisiones al momento de emprender un negocio, lo que se traduce en un buen liderazgo, aplicando estrategias que se planificarán de acuerdo a la región y al país, lo cual permitirá que el emprendedor pueda innovar aplicando un nivel de competitividad que se desarrolle en el transcurso del tiempo, satisfaciendo de esta manera, las expectativas y necesidades de la sociedad.

Según Espinoza y Villasante (2021) en su tesis “Personalidad emprendedora en los estudiantes del quinto a décimo ciclo de la Escuela Profesional de Administración, en la Universidad Andina del Cusco – 2020”, cuyo objetivo fue: Describir la personalidad emprendedora en los estudiantes del quinto al décimo ciclo de la Escuela Profesional de Administración. La población objeto de la investigación fueron los estudiantes matriculados teniendo una muestra de 235, el estudio fue de tipo básico, enfoque cuantitativo, trabajada bajo el diseño no experimental y transversal y de alcance descriptivo; por otro lado, la técnica utilizada fue la encuesta siendo los resultados procesados con el sistema estadístico SPSS V.26, se concluyó que; la actitud emprendedora obtuvo un promedio de 2,62 lo que lo ubica como regular en cuanto a la actitud emprendedora, existiendo perseverancia en las actividades que inician, y facilidad para detectar oportunidades de negocio, asimismo, manifestaron disponer de una regular habilidad para relacionarse de manera social.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Actitud emprendedora**

La actitud emprendedora, desde el punto de vista de Lovatón & Malpartida (2018) es la habilidad de iniciar o crear un nuevo sistema de vida, una empresa o proyecto, cuyas bases son la confianza en uno mismo, así como, la determinación de actuar a favor de las inquietudes propias, perseverando hasta lograrlo. Asimismo, la actitud emprendedora implica la captación y gestión de recursos humanos y materiales dentro de un marco de creación, que implica desenvolverse e implantar soluciones estables para satisfacer las necesidades de las personas. (pág. 28)

Por su parte Carrera et al. (2021) expresan que es el proceso de instituir una actividad económica adoptando asumir riesgos, crear e innovar mediante una gestión firme, dentro de una organización ya existente o nueva. El factor principal para crear empresas es la actitud emprendedora. (pág. 87)

Así también desde la posición de Moreno (2019) corresponde a una función económica que llevan a cabo personas que actúan independientemente o en una organización, quienes exploran o crean oportunidades nuevas, insertando sus conocimientos en el mercado. Dentro de una situación de incertidumbre, los emprendedores toman decisiones acerca de uso de recursos, productos, organizaciones, así como, de sistemas de recompensa. (pág. 18)

Para Juárez (2019) la actitud emprendedora se manifiesta en aquellos individuos que poseen habilidades, dedicación, rigurosidad, y motivación para poder concretar visiones, así como crear oportunidades económicas dirigidas a producir servicios y productos, con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores. De esta manera, una persona que posee una actitud emprendedora, no repite emprendimientos de otras, más bien, crea y desarrolla negocios nuevos, y se esfuerza en lograrlo. (págs. 29,30)

Por otro lado, Vázquez & López (2019) señalan que es un proceso personal manifestado en la generación de negocios, servicios, bienes, servicios, así como empleos, para lo cual se debe afrontar riesgos, constituyendo un elemento fundamental para el desarrollo y progreso económico de una sociedad; principalmente en el sector privado, en vista de que es generador de empleo para otras personas. (pág. 265)

### **2.2.1.1. Importancia de la actitud emprendedora**

Los autores Carrera et al. (2021) manifiestan que el emprendimiento es uno de los temas de mayor interés en los últimos tiempos, en vista de que representa uno de los aspectos de mayor importancia en los procesos de desarrollo y crecimiento económico de las regiones, es por este motivo, que todos los factores que favorecen a que las ideas emprendedoras se conviertan en realidades de éxitos, son muy importantes. (pág. 87)

Revelo et al. (2017) opinan que, desde hace algún tiempo atrás, el emprendimiento, se ha considerado como un camino para impulsar al desarrollo económico, que tiene como características primordiales; la generación de autonomía e independencia laboral, ser fuente de empleo, así como la aspiración de que los proyectos de emprendimiento logren el sustento planeado. La actitud emprendedora es importante en una sociedad, puesto que es fuente de competitividad dentro de un mercado, asimismo, logra mejorar la calidad de los servicios o productos e impulsa a la especialización de las diferentes formas y métodos que existen para encaminar los proyectos. (pág. 424)

Por su parte, Juárez (2019) indica que cada vez es más importante, contar con el compromiso de las nuevas generaciones que poseen una actitud empresarial, puesto que serán parte de una sociedad innovadora, que impulsa los cambios y el desarrollo económico. La actitud emprendedora está presente en aquellos individuos con habilidades, dedicación, motivación y rigurosidad necesarios para materializar las visiones y desarrollar oportunidades económicas en la producción de servicios y bienes que satisfagan las necesidades de los consumidores. Es importante impulsar el espíritu emprendedor y desarrollarlo si es que no existiera, de igual forma es importante enseñar que la rigurosidad, así como, la perseverancia son la única manera de incorporarse dentro del entorno empresarial. (págs. 28,29)

### **2.2.1.2. Áreas de aplicación de la actitud emprendedora**

Para Pensado & Gonzáles (2019) afirman que la noción de la actitud emprendedora que se admite, y que distingue una amplia gama de aportes, enfoques y posturas, está comprendida además del sector productivo o empresarial, por todas aquellas iniciativas que brindan servicios (intangibles o tangibles), así como, al desempeño de una profesión que no siempre se encuentre limitada al sector administrativo o económico como se señalaba originalmente; cabe decir que, el emprendimiento va más allá de los límites disciplinares y puede abrirse a las diferentes zonas del conocimiento. (pág. 111)

### 2.2.1.3. Los emprendedores y la actitud emprendedora

Moreno (2019) considera que los emprendedores en un inicio fueron vistos como personas independientes e innovadoras, representando el papel de líderes en las empresas, y procedían de un régimen de valores definido por una ética protestante. Desde allí, las ciencias comportamentales y la psicología estuvieron conectadas con las investigaciones acerca de la actitud emprendedora, en vista de que trataban de explicar los rasgos de las personas emprendedoras. McClelland, emprendió una recopilación de características personales relacionadas con la teoría del emprendedor, verificando la existencia de ciertos factores psicológicos que predisponen a una persona a la actitud emprendedora. De esta manera, el hecho de emprender implica el propósito de superación y logro de objetivos, para lo que es necesario entender los rasgos psicológicos y de comportamiento de estas personas. en todo caso, el comportamiento emprendedor se encontraría formado por cuatro elementos: el espíritu, una actitud estratégica de innovación, tendencia a correr riesgos, así como, los rasgos distintivos de personalidad. (pág. 20)

### 2.2.1.4. Componentes de la actitud emprendedora

Núñez y Villena (2021) indican que la actitud emprendedora se considera como un comportamiento concebido de manera intencional y, por consiguiente, el comportamiento empresarial se puede evaluar a través de la teoría del comportamiento planificado, dentro de este marco, la actitud emprendedora se puede explicar mediante tres componentes:

- ✓ **Actitud hacia el comportamiento empresarial:** se puede concebir como el grado del rendimiento del comportamiento empresarial, que puede ser positivo o negativo, el que se encuentra sujeto a un conjunto de creencias de conducta.
- ✓ **Normas sociales percibidas:** se trata de la presión que ejerce la sociedad sobre la persona objeto de estudio, el que se encuentra sujeto, a su vez, a un conjunto de creencias accesibles.
- ✓ **Control del comportamiento percibido:** es la percepción que posee el individuo objeto de estudio, respecto a la capacidad que tienen para cumplir metas, tales como emprender. (págs. 25,26)

### **2.2.1.5. La universidad y la actitud emprendedora**

Revelo et al. (2017) manifiestan que, en estos tiempos, se ha podido evidenciar que las instituciones de educación superior han logrado incorporar el contenido del emprendimiento a los procesos, tanto de formación, como de extensión e investigación, con distintos realces, actuaciones y estrategias, lo cual se debe a la trascendencia que tiene para el desarrollo social y económico. Asimismo, los gobiernos lo han incluido en sus agendas, estructurando planes, proyectos y programas a fin de fortalecerlo, comprendiendo que al promocionarla se contribuirá al desarrollo social y económico. De esta manera, la educación del emprendimiento se establece como una alternativa diferente, respecto a la búsqueda de trabajo, generando un espacio de trabajo propio para los profesionales, generando a su vez, empleo, innovación y riqueza, contribuyendo así, al crecimiento social y económico de las regiones. (pág. 426)

### **2.2.1.6. Enfoque económico de la actitud emprendedora**

Como lo hace notar Moreno (2019) se puede definir como el enfoque económico, que concibe la actividad del emprendimiento como la encargada del crecimiento económico, se entiende desde de las acciones que realiza la persona al incidir en el desarrollo del flujo circular de la economía, y promover la innovación y el crecimiento económico; en lo que se refiere a crear nuevos servicios, productos, métodos y procesos, siendo estas, técnicas implantadas de manera individual o grupal en una empresa. Dentro de este marco, la innovación muestra distintas dimensiones, tales como; aquellas innovaciones disruptivas o radicales, que suelen provocar importantes cambios dentro del mercado a través del establecimiento de nuevas tecnologías, servicios o productos, incluyendo innovaciones incrementales, las cuales implican la instauración de mejoras continuas en tecnologías, servicios o productos que ya existen. (pág. 22)

### **2.2.1.7. Clasificación de la actitud emprendedora**

De acuerdo con el Ministerio de Educación Lozada (2018) manifiesta que la actitud emprendedora se puede clasificar en: la capacidad de realización, capacidad de planificación y capacidad de relacionarse socialmente, términos que a continuación se conceptualizan:

#### **A. Capacidad de realización**

“Está relacionada con el esfuerzo que se realiza para avanzar hacia un objetivo, lograr las metas, así como vencer retos” (Lozada, 2018, pág. 14).

La capacidad de realización según García (2017) consiste en direccionar los valores esenciales, así como construir un plan de acción individual según los objetivos y las metas personales. A este respecto, no se trata de algo estático, sino que se construye a lo largo del tiempo, acorde las experiencias adquiridas, las cuales proporcionan la obtención de logros incluso, volver a plantear lo ya planeado. En lo que se refiere a este concepto, además de desarrollarse en el lapso del ciclo de vida, se trata de un proceso no lineal que involucra buscar las estrategias que permitan superar las dificultades y lograr los objetivos. (pág. 156)

De acuerdo a Lozada (2018) la capacidad de realización presenta las siguientes subdimensiones:

➤ **Búsqueda de oportunidades**

A juicio de Guzmán et al. (2020) la búsqueda oportunidades se refiere a la decisión de iniciar una empresa, sustentada en un proyecto creativo con valor agregado, respondiendo a una oportunidad del mercado o necesidad, asumiendo riesgos con la expectativa de alcanzar un beneficio personal o económico, es decir es la búsqueda de oportunidades que está referida a investigar diferentes escenarios y panoramas, en los que se pueda emprender. (pág. 120)

Así también Sánchez & Hernández (2016) mencionan que es la predilección emocional de ciertas personas por un modo de vida emprendedor y la química existente entre las personas y las oportunidades específicas que influyen en sus decisiones para explotar oportunidades de emprendimiento. (págs. 68,69)

➤ **Iniciativa**

Para Juárez (2019) consiste en tomar la iniciativa se refiere a reconocer la responsabilidad propia, tomando conciencia de que solamente cada quien cuenta con la capacidad de hacer que las cosas resulten como fueron planeadas. (pág. 27)

La Universidad de Sevilla (2017) afirma que la iniciativa es el actuar con anticipación, proponiendo acciones originales, a pesar de carecer de referencias o pautas para proceder, es contar con la actitud constante para actuar al presentarse la ocasión, sin necesidad de esperar instrucciones u órdenes, así pues, la iniciativa se basa en actuar de manera libre, sin órdenes o indicaciones de alguien más, lo cual implica encontrarse atentos al momento de actuar. La iniciativa se hace necesaria en las ocasiones en las que hay oportunidades de actuar y no hay a nadie más que brinde indicaciones sobre lo que

hay que hacer o cómo hacerlo. Asimismo, cuando nadie advierte que hay una necesidad de hacer algo en cierta situación. (pág. 55)

➤ **Exigencia de la calidad**

Guzmán et al (2020) manifiestan que la exigencia de calidad se refiere a realizar actividades o tareas con un alto nivel de excelencia, procurando el mejor contenido o presentación (pág. 120). Choquehuayta (2017) menciona que para que un emprendimiento sea de calidad se debe constituir en procesos óptimos que logren generar más beneficios y menos costos y que agreguen valor y sustentabilidad a la actividad. (pág. 23)

➤ **Persistencia**

Citando a Juárez (2019) la persistencia está referida a reconocer los errores propios, aprender de éstas, no darse por vencido y mostrar persistencia para intentar de nuevo. Los emprendedores persistentes no suelen abandonar sus proyectos al encontrarse en una situación adversa, más bien, buscan solucionar cualquier problema que se presente. (pág. 30). Así también Guzmán et al. (2020) mencionan que la persistencia es el esfuerzo y el tiempo dedicados a hallar soluciones y oportunidades hasta lograr lo que uno se ha propuesto. (pág. 120).

De acuerdo con Lovatón y Malpartida (2018) se puede definir la persistencia como la constancia y firmeza al ejecutar los objetivos trazados. Es contar con la predisposición a mantener firmeza y constancia en la consecución de emprendimientos y acciones de forma continua y estable hasta conseguir el logro de las metas. No alude al conformismo; sino, se refiere a la fuerza interior para repetir una acción, insistir, y conservar una conducta dirigido a alcanzar cualquier meta propuesta, tanto a nivel personal como organizacional. (págs. 28,29)

➤ **Compromiso**

Guzmán et al (2020) indican que el cumplir los compromisos, hace alusión a la entrega de tiempo y forma las actividades o labores trabajos que fueron asignadas. Para Gómez (2015) se define el compromiso, como la capacidad de contribuir y asumir los objetivos del grupo de trabajo como propios, mostrando excelencia, aún más, aplicando la mejora continua mientras se realizan las labores profesionales de diario. (pág. 53).

➤ **Eficacia**

La eficacia según Chiavenato (2017) es la medida en que se han alcanzado resultados, es decir, la capacidad para lograr objetivos. Está referida a los objetivos que se persiguen” (pág. 426). En el mismo sentido Rojas et al. (2018) indica que la eficacia alude al logro de metas y a la consecución de objetivos. Asimismo, es la capacidad de gestión para obtener los resultados y metas propuestas. ( (pág. 3).

➤ **Resolución de problemas**

Desde el punto de vista de la Universidad de Sevilla (2017), la resolución de problemas consiste en ser resolutivo tomando en cuenta o considerando todas las posibles alternativas. Incluye tomar una actitud tendiente a la superación de obstáculos, así como, tener la capacidad de analizar las dificultades, tomar decisiones y seguir adelante. Se encuentra en situaciones en las que el camino presenta obstáculos o problemas. La solución de los problemas no se puede demorar eternamente y se necesita seguir avanzando. (pág. 63)

Desde la posición de Whetten & Cameron (2016) la resolución de problemas implica al menos cuatro pasos:

- a) **Definir el problema:** Lo cual conlleva realizar un diagnóstico real de la situación, con el objeto de enfocarse en el problema y no solamente en sus síntomas.
- b) **Generar soluciones alternativas:** Lo cual implica postergar la elección de una solución definitiva hasta haber analizado las diferentes alternativas existentes.
- c) **Evaluación de las alternativas:** Este paso requiere estudiar de manera cuidadosa las diferentes ventajas y desventajas de cada opción propuesta, antes de realizar una última elección.
- d) **Poner en práctica la solución:** Finalmente se debe llevar a cabo la solución escogida haciendo el seguimiento respectivo. (págs. 140-142)

➤ **Independencia**

Choquehuayta (2017) menciona que la independencia personal, se entiende como la posibilidad de actuar con una mayor libertad de acción y decisión. Se relaciona con la oportunidad de poner en práctica las ideas propias, asimismo, alude a la posibilidad de generar algo propio” (pág. 16).



Al respecto de la independencia, Maldonado (2017) refiere que consiste en adquirir independencia viene a ser un factor primordial en vista de que se requieren ciertas habilidades, así como una capacidad crítica, productiva y creativa para desarrollar una identidad individual y social. Esta habilidad que significa poseer independencia de la autonomía, desde un punto de vista psíquico, económico y laboral, manifiesta la capacidad del individuo de desarrollar habilidades de autoconfianza con el objetivo de crecer y poder hacer frente a las diferentes situaciones que lo motivan a seguir adelante. (págs. 2,3)

## **B. Capacidad de planificación**

La capacidad de planificación según Lozada (2018) está enfocada en la capacidad para identificar objetivos, identificar oportunidades, esbozar planes, pensar antes de actuar, y menguar las posibles amenazas que se presenten” (pág. 15).

La capacidad para planificar, como expresa la Universidad de Sevilla (2017) se refiere a prevenir las cosas, así como gestionar de forma eficaz los recursos necesarios, de manera especial el tiempo. Los individuos que tienen esta competencia poseen la capacidad para establecer eficientemente los objetivos y prioridades de los proyectos y las tareas, concertando los plazos, recursos requeridos y las acciones. Es necesaria para afrontar la diversidad de responsabilidades, tareas y proyectos, siendo eficientes y eficaces y manejando el estrés provocado por la presión. (pág. 67)

De acuerdo a Lozada (2018) la capacidad de realización presenta las siguientes subdimensiones:

### **➤ Establecimiento de metas**

El establecimiento o fijación de metas desde la opinión de Guzmán et al (2020) es proyectar planes de trabajo y objetivos para desarrollar y posee una visión de crecimiento (pág. 120). Teniendo en cuenta a Vela (2018) se puede definir como establecer las metas convenientes, cabe decir las metas que ofrezcan instrucciones y acentúen la motivación de las personas, las metas objetivas se dirigen al logro de un grado específico de destreza en una labor o tarea, regularmente dentro de un lapso de tiempo específico, contrariamente, las metas subjetivas son declaraciones generales de intencionalidad que no se pueden medir. (pág. 8)

➤ **Búsqueda de información**

La búsqueda de información en palabras de Guzmán et al (2020) consiste en conseguir información, es decir está referido a informarse y acudir a expertos. La persona emprendedora muestra gran interés por conocer los aspectos relacionados con la tarea de realizar negocios (pág. 120).

Moreno (2019) manifiesta que los emprendedores deben usar modelos mentales simplificados para lograr reunir información desconectada previamente, lo cual sirve de apoyo para identificar y crear servicios y productos nuevos, así como para juntar los recursos que son necesarios para comenzar y desarrollar un negocio o empresa” (pág. 37).

➤ **Planificación sistemática**

La planificación sistemática según Guzmán et al. (2020) está referida al desarrollo de las habilidades de organización y dirección, establecidas en el marco de la experiencia y el conocimiento, con el objetivo de conservar la unión del equipo de trabajo y la solidez del proyecto (pág. 120). Para Basurto (2016) es la planificación considerada como un proceso; posee un orden, una sistemática, una continuidad. Es un proceso que inicia con un previo análisis acerca del problema presente o actual, la forma en la que se va a trabajar, así como un análisis retrospectivo acerca de los determinantes o causas del problema establecido como objetivo. De igual manera se evalúan las metas que se desean lograr y los recursos o medios con los que se dispone para este fin. (págs. 4,5)

➤ **Utilización de recursos financieros**

Sobre de la utilización de los recursos financieros Benavides (2014) da a conocer que, al referirse a los recursos financieros de una organización, se habla más allá del dinero, a la potencial capacidad de conseguir un préstamo de dinero, o inversiones los que, de ser necesario, puedan convertirse en efectivo. En vista de que los recursos financieros hacen posible adquirir otros recursos, tales como el físico, el tecnológico, el humano y el físico, la supervivencia de la organización depende en gran medida, de administrar de forma adecuada los recursos financieros. (pág. 4)

Por su parte, Cabrera et al. (2017) indican que la utilización o gestión de los recursos financieros se hacen indispensables para poder realizar el análisis, las decisiones y las acciones a los diferentes procesos de evaluación, las que deben tener relación con la estrategia y los medios financieros necesarios para mantener a la organización

operando, en tanto, se proporcione a los accionistas el margen de ganancia o utilidad. Por este motivo, la función financiera de la empresa, cohesionan todos los trabajos relacionados a lograr, utilizar y controlar los recursos. (pág. 221)

### ➤ **Monitoreo**

Wehrich et al. (2017) señalan que, monitorear se define como el proceso de evaluar el avance hacia las metas y realizar las correcciones que sean necesarias en los planes. De esta manera, la evaluación del desempeño, se considera como un buen momento para evaluar los programas de la carrera, evaluación que debe revisar, además del desempeño logrado en las áreas de operación, el cumplimiento de los aspectos clave del plan de carrera; de igual forma, el progreso debe ser monitoreado en diferentes momentos, como al finalizar un proyecto o tarea importante. (pág. 352)

Como expresa Castro (2016) el monitoreo es un proceso interactivo, especial, técnico e integrador, que se encuentra dirigida a apoyar, asesorar, asistir, guiar y a servir de soporte a las distintas labores o tareas del personal, de igual forma, sirve para que el empleado logre progresar en su formación y se desempeñe mejor en sus labores diarias, proporcionándole la oportunidad de mejorar sus conocimientos y de esta forma, lograr sus objetivos respecto a su formación laboral y educativa. (pág. 29)

### **C. Capacidad de relacionarse socialmente**

Está referida a los estados positivos de ánimo que se ven reflejados en la colaboración para el óptimo desarrollo de un proyecto. Permite crear vínculos con los demás individuos o con las instituciones de una forma efectiva y eficaz (Lozada, 2018, pág. 16).

Asimismo, Diego y Velásquez (2021) manifiestan que el emprendedor podría considerarse como el receptor de las colaboraciones de asociatividad, que pueden darse en forma de equipos de trabajo o inversiones. Los emprendedores deben permanecer vinculados, es decir, deben conocer cómo establecer una óptima red de contactos (networking) que colaboren en el medio externo a la organización, con los consumidores, proveedores, y demás agentes asociados. Sin embargo, también es necesario crear buenas relaciones en el ambiente interno de la empresa, ya que innegablemente optimizan la productividad del personal y el clima laboral. (pág. 15)

Las habilidades sociales son entendidas como aquellas conductas aprendidas, aceptadas socialmente y que, al mismo tiempo, hacen posible la interacción con otras

personas, interacción que es necesaria para lograr las metas personales, mediante las relaciones con el entorno social (Lovatón & Malpartida, 2018, pág. 24).

De acuerdo a Lozada (2018) la capacidad de realización presenta las siguientes subdimensiones:

➤ **Persuasión**

La persuasión según Guzmán et al. (2020) está relacionada con el esfuerzo que se pone a realizar un trabajo, el emprendedor suele apoyarse en personas positivas e influyentes, de igual forma, genera el apoyo necesario para el logro de sus proyectos, en tanto beneficien a las personas a su alrededor (pág. 120).

Las personas que poseen capacidad de persuasión, perciben inclusive, prevén la reacción del público ante un mensaje; en consecuencia, logran dirigir a las personas hacia los objetivos, de manera efectiva (Lovatón & Malpartida, 2018, pág. 25).

Por su parte Días (2015) deduce que persuadir viene del latín persuadere que quiere decir aconsejar. pero persuadir es más que aconsejar; pues su intención y objeto es hacer que sigan el consejo y lo hagan por su propia determinación, espontáneamente y mediante un acto de propia voluntad. Persuadir es un atributo de la personalidad cuya consecuencia o resultado de una cosa se encamina a un punto sin detenerse e influye en la inteligencia, pensamiento y memoria con razonamientos, argumentos y raciocinio. (pág. 126)

➤ **Autoconfianza**

Según la Universidad de Sevilla (2017) la autoconfianza es convencerse de que uno es lo suficientemente capaz de hacer las tareas o elegir los enfoques adecuados para la resolución de un problema, de manera exitosa. La autoconfianza supone tener confianza en las capacidades propias, opiniones y decisiones, inclusive, frente a los problemas o dificultades que pudieran presentarse. Se encuentra en las decisiones y comportamientos ante situaciones que conllevan desafíos o frente a situaciones de incertidumbre. (pág. 30)

La autoconfianza para Guzmán et al. (2020) se presenta cuando un individuo posee seguridad en sus capacidades para lograr las metas que se traza, sabiendo aun, que hallará obstáculos, pero que logrará superarlos” ( (pág. 120).

De acuerdo con Juárez (2019) la autoconfianza o confianza en uno mismo es una parte primordial de las personas, si una persona cree en sí misma, será capaz de tomar

riesgos sin brindar mayor importancia al resultado. El mayor estímulo para una persona que posee autoconfianza es encontrarse convencida de que es completamente capaz de realizar cualquier actividad sin miedo al fracaso. (pág. 34)

### ➤ **Optimización de la red de contactos**

Diego & Velásquez (2021) dan a conocer que la optimización de la red de contactos es un proceso que hace posible establecer y mantener intencionalmente relaciones con otros individuos; compañeros de estudio, colegas de trabajo, amigos, etc. De igual manera, establecer una red de contactos, permite ampliar el círculo social con contactos profesionales para poder generar oportunidades de negocio y empleo. (pág. 22). La optimización de redes de contacto consiste en poseer talento para conseguir contactos. Sin importar si el contacto es personal o vía e-mail. Las redes de contacto personales vienen a ser un tipo de capital personal” (Lovatón & Malpartida, 2018, pág. 27).

### **2.2.2. Identificación y conceptualización de variable**

En el desarrollo del presente estudio se trabajó con una sola variable, la cual es la siguiente:

**Tabla 1**

*Conceptualización de variable*

<b>Variable</b>	<b>Concepto</b>
<b>Actitud emprendedora</b>	La habilidad de iniciar o crear un nuevo sistema de vida, una empresa o proyecto, cuyas bases son la confianza en uno mismo, así como, la determinación de actuar a favor de las inquietudes propias, perseverando hasta lograrlo. Asimismo, la actitud emprendedora implica la captación y gestión de recursos humanos y materiales dentro de un marco de creación, que implica desenvolverse e implantar soluciones estables para satisfacer las necesidades de las personas. (Lovatón & Malpartida, 2018, pág. 28)

### **2.2.3. Operacionalización de variables**

En la siguiente tabla se presenta la forma como se está operacionalizando la variable, tomando en cuenta las dimensiones e indicadores:

**Tabla 2***Operacionalización de variables*

Variable	Dimensiones	Indicadores
Actitud emprendedora	Capacidad de realización	➤ Búsqueda de oportunidades
		➤ Iniciativa
		➤ Exigencia de la calidad
		➤ Persistencia
		➤ Compromiso
		➤ Eficacia
		➤ Resolución de problemas
		➤ Independencia
		Capacidad de planificación
➤ Búsqueda de información		
➤ Planificación sistemática		
➤ Utilización de recursos financieros		
Capacidad de relacionarse socialmente	➤ Monitoreo	
	➤ Persuasión	
	➤ Autoconfianza	
		➤ Optimización de la red de contactos

**2.3. Marco conceptual**

- **Actitud:** “Es la predisposición a responder de forma negativa o positiva a ciertas situaciones, objetos o personas. Establece la base emocional en las relaciones interpersonales y la identificación de una persona con los demás” (Chiavenato, 2017, pág. 421).
- **Calidad:** “Satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes. Ajuste del servicio o producto a su finalidad o uso. Cumplir ciertas exigencias” (Chiavenato, 2017, pág. 423).
- **Comportamiento:** “Se refiere a la conducta, a la manera de actuar, proceder y reaccionar frente el medio externo” (Chiavenato, 2017, pág. 424).
- **Control:** “Función administrativa posterior a la planeación, la organización y la dirección, sirve para garantizar que el resultado de lo planificado, organizado y dirigido se ajuste lo más posible a los objetivos planteados, es aquel subsistema que asegura el buen o normal funcionamiento del sistema, y que las actividades alcancen los resultados deseados” (Chiavenato, 2017, pág. 425).
- **Creatividad:** “Es el desarrollo de nuevas y originales respuestas a oportunidades o desafíos dados en un momento. Viene a ser la capacidad para generar ideas creativas mediante la imaginación” (Chiavenato, 2017, pág. 425).

- **Decisión:** “Es la elección racional a partir de varias opciones de acción” (Chiavenato, 2017, pág. 425).
- **Empresa:** “Es aquella organización con fines de lucro destinada a la producción y/o comercialización de servicios y bienes” (Chiavenato, 2017, pág. 427).
- **Emprendedor:** “Individuo que actúa fuera del sector organizacional enfocado a innovar y la crear para convertir una idea o sueño en un proyecto rentable” (Wehrich et al. 2017, pág. 624).
- **Entorno:** “Todo aquello que envuelve a la organización” (Chiavenato, 2017, pág. 427).
- **Espíritu emprendedor:** “Es el proceso creativo que está enfocado en la identificación de necesidades no satisfechas, así como, oportunidades de mercado” (Wehrich et al. 2017, pág. 624).
- **Estrategia:** “Es la movilización de los diferentes los recursos organizacionales cuyo propósito es lograr los objetivos globales de largo plazo. La estrategia está definida por un conjunto de tácticas” (Chiavenato, 2017, pág. 428).
- **Habilidades:** “Habilidades o saber hacer, implica saber aplicar el conocimiento, para transformarlo en resultados y de esta manera utilizarlo para la resolución de problemas” (Chiavenato, 2017, pág. 429).
- **Información:** “Es la conclusión que deriva del analizar datos. Es un conjunto de datos que tiene un significado específico” (Chiavenato, 2017, pág. 430).
- **Innovación:** “La innovación se refiere a utilizar ideas nuevas” (Wehrich et al. 2017, pág. 625).
- **Mejora continua:** “Filosofía que beneficia el trabajo en equipo, así como, la participación de los individuos en la solución de problemas organizacionales, en particular, aquellos problemas concernientes al proceso productivo. El objeto es perfeccionar continua y sistemáticamente la organización y lograr el desarrollo de las personas involucradas para alcanzar la satisfacción del cliente” (Chiavenato, 2017, pág. 431).
- **Metas:** “Objetivos de corto plazo” (Chiavenato, 2017, pág. 431).

- **Motivación:** “Es el estado de ánimo que conlleva a un individuo a comportarse de tal manera que logre alcanzar ciertos objetivos o desempeñar una labor a fin de satisfacer necesidades personales. Está referida a aquellas fuerzas internas que dirigen a un individuo a mostrar un determinado comportamiento” (Chiavenato, 2017, pág. 431).
- **Objetivo:** “Los objetivos son aquellos fines hacia los que está dirigida cierta actividad” (Wehrich et al. 2017, pág. 626).
- **Organización:** “Es aquella estructura formal e intencional de puestos o funciones” (Wehrich et al. 2017, pág. 626).
- **Planear:** “Es la elección de objetivos y misiones, así como las acciones para alcanzarlos, aquello que requiere decidir” (Wehrich et al. 2017, pág. 627).
- **Toma de decisiones:** “Es la selección de un curso de acción entre varias opciones” (Wehrich et al. 2017, pág. 629).
- **Valor:** “Creencia relativamente constante relacionado con aquello que es apropiado o no, que dirige el comportamiento y las acciones del personal hacia el cumplimiento de los objetivos organizacionales” (Wehrich et al. 2017, pág. 629).



## **CAPÍTULO III: Metodología de la investigación**

### **3.1. Tipo de investigación**

El tipo que se tomó en cuenta es el básico, de acuerdo con Carrasco (2015) en este tipo de investigaciones el investigador solo busca aumentar sus conocimientos, más que dar una solución a los problemas identificados, es decir que está más enfocado por la curiosidad del investigador de conocer la realidad tal y como se presenta.

### **3.2. Enfoque de la investigación**

Se trabajó bajo el enfoque cuantitativo, según lo manifiestan Hernández y Mendoza (2018) este enfoque está estructurado para el recojo y análisis de datos, haciendo uso de herramientas estadísticas, matemáticas e informáticas, con las cuales se procesa la información recolectada, se vincula con conteos numéricos y métodos matemáticos; en el caso de la presente investigación, se aplicó una encuesta a los estudiantes del IX y X ciclo de Economía de la universidad, cuyas respuestas fueron procesadas en el SPSS, teniendo datos numéricos, los cuales fueron analizados e interpretados.

### **3.3. Diseño de la investigación**

La presente investigación fue de diseño no experimental, el cual de acuerdo con Fuentes et al. (2020) es aquella que se realiza sin realizar manipulación alguna de las variables, lo que hace este diseño es observar cómo se presentan en el contexto natural para después analizarlos, este diseño busca estudiar el problema en las condiciones naturales del entorno, en el desarrollo de la presente investigación, no se realizó cambio alguno en el comportamiento de la variable actitud emprendedora, habiendo analizado los datos tal y como se presenta en la realidad. Dado que se buscó describir las variables en un momento dado se utilizó el diseño transversal, que de acuerdo Hernández et al. (2014) la investigación de diseño transversal es un tipo de diseño observacional e individual que busca medir las características de las variables en un momento dado.

### **3.4. Alcance de la investigación**

Para el presente trabajo se consideró el alcance descriptivo, de acuerdo a lo afirmado por Carhuacho et al. (2019) se da cuando el investigador sustenta de manera concreta la situación problemática, precisa el contexto e identifica necesidades, describiendo las particularidades de la situación tal y como se presentan en la realidad. En el presente estudio, se analizaron los datos y se realizó la descripción del todo el contexto, analizando

de manera detallada las características de la realidad, y de las opiniones de los estudiantes de Economía de la Universidad Líder Peruana.

### 3.5. Población y muestra

#### 3.5.1. Población

Desde el punto de vista de Canahuire et al. (2015) la población se define como el conjunto de individuos, personas o instituciones que serán motivo de la investigación (pág. 81), para el presente estudio la población estuvo conformada por el total de estudiantes universitarios del IX y X ciclo de la carrera de Economía de la Universidad Líder Peruana en el distrito de Santa Ana, La Convención, la cual fue como sigue:

**Tabla 3**

*Cantidad de estudiantes del IX y X ciclo de la escuela de Economía - 2022*

<b>Ciclo</b>	<b>Estudiantes matriculados</b>
IX	32
X	16
<b>Total</b>	<b>48</b>

Fuente: Información brindada por la Universidad Líder Peruana, extraído del SIS Líder

#### 3.5.2. Descripción de muestra

En la ruta cuantitativa, una muestra es un subgrupo de la población o universo que te interesa, sobre la cual se recolectarán los datos pertinentes, y deberá ser representativa de dicha población” (Hernández & Mendoza, 2018, pág. 196), en el caso de la presente investigación la muestra estuvo conformada por 35 estudiantes, las cuales fueron seleccionadas por el investigador debido a que el otro sector tenía inconvenientes personales y barreras geográficas que impedían la resolución de la encuesta, considerando entonces que la muestra fue no probabilística intencional; por lo tanto el muestreo intencionado se usa con la finalidad de seleccionar a los elementos que tienen mayor probabilidad de producir una información adecuada y útil, por lo que permite identificar y seleccionar los casos que se utilizarán en esta investigación ya que deben incluirse en la muestra (Campbell, 2020).

### **3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.6.1. Técnica**

De acuerdo a Fuentes et al. (2020) la técnica de la investigación es el procedimiento que se usó para el recojo de la información, para la presente investigación se hizo uso de la encuesta.

#### **3.6.2. Instrumento**

Asimismo, Fuentes et al. (2020) manifiesta que el instrumento es el mecanismo en el cual se apoya el investigador para el recojo y registro de la información, en el caso de la presente investigación se usó el cuestionario.

### **3.7. Técnicas de procedimiento y análisis de datos**

Para la tabulación de los resultados se usó paquetes estadísticos como es Excel y el SPSS V22, presentando los resultados a través de la estadística descriptiva en tablas y figuras.

### **3.8. Procedimiento de procesamiento de datos**

El procedimiento considerado para el desarrollo del presente trabajo fue el siguiente:

Primero. Se realizó la identificación de la situación problemática, luego se identificó la variable de estudio y se armó las matrices correspondientes, con lo cual se realizó la descripción de la realidad problemática, se plantearon los problemas, objetivos, justificación y delimitación.

Segundo. Se desarrolla el Marco teórico, tomando en cuenta los antecedentes de estudio y conceptualizando las variables, dimensiones e indicadores.

Tercero. Se definió la metodología a utilizar, se identificó la población de estudio, las técnicas e instrumentos, la confiabilidad y validez de los instrumentos

Cuarto. Se desarrolló los aspectos administrativos, como el cronograma, y recursos necesarios para la elaboración del estudio

Quinto. Se aplicó la encuesta y los resultados se presentaron en tablas y figuras, y la discusión.

Sexto. Se redactaron las conclusiones, recomendaciones y el resumen

Séptimo. Se armaron las referencias bibliográficas y los anexos.

### 3.9. Confiabilidad y validez

#### 3.9.1. Confiabilidad

De acuerdo con Hernández et al. (2014) la confiabilidad es el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (pág. 200). Para saber si la encuesta aplicada presenta confiabilidad se realizó una encuesta piloto a 10 estudiantes de la misma carrera en otra universidad, las respuestas del mismo se analizaron con el Alfa de Cronbach el cual de acuerdo a Duve (2019) presenta las siguientes condiciones:

**Tabla 4**

*Análisis de la consistencia o confiabilidad de un instrumento*

Promedios	Interpretación
[0 – 0,20[	Muy baja
[0,21 – 0,40[	Baja
[0,41 – 0,60[	Moderada
[0,61 – 0,80[	Buena
[0,81 – 1,00]	Alta

Fuente: Duve (2019)

Los resultados son los siguientes:

**Tabla 5**

*Estadísticas de fiabilidad de la encuesta piloto*

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos
Actitud emprendedora	0,977	29

Fuente: Elaboración propia en base con ayuda del asesor estadista

#### Interpretación

- Como se observa el Alfa de Cronbach presenta un valor de 0,912, lo que indica que la confiabilidad es alta, considerando las respuestas de los 30 elementos

considerados, los cuales corresponden a la cantidad de preguntas del instrumento. (ver anexo 5)

### 3.9.2. Validez

De acuerdo a lo manifestado por Hernández et al. (2014) “es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir” (pág. 200). Para el presente trabajo el instrumento se validó el instrumento por los siguientes expertos:

**Tabla 6**  
*Expertos de la validación*

N°	Nombre	Grado	Especialidad	Opinión
1	Rafael Aquize Estrada	Doctor	Metodólogo	Aplicable
2	Roger Figueroa Benavente	Doctor	Economista	Aplicable
3	Ilberto Galdos Berrio	Magister	Economista	Aplicable
4	Lizbett Tello Torres	Magister	Metodóloga	Aplicable

Fuente: Elaboración propia (ver anexo 4)

## CAPÍTULO IV: Resultados y discusión

### 4.1. Baremación

Para realizar una mejor interpretación de la información recolectada de los estudiantes universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, se procedió a baremar las alternativas del cuestionario, con el fin de mejorar las interpretaciones realizadas.

#### a. Procedimiento de la Baremación

La presente investigación utilizó la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

**Tabla 7**

*Procedimiento de la baremación*

Escala de medida	Valor
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

Promedio máximo de los ítems del instrumento:  $\bar{X}_{max} = 5$

Promedio mínimo de los ítems instrumento:  $\bar{X}_{min} = 1$

Rango:  $R = \bar{X}_{max} - \bar{X}_{min} = 4$

Amplitud:  $A = \frac{Rango}{Numero\ de\ escalas\ de\ interpretación} = \frac{4}{5} = 0.80$

**Tabla 8**

*Descripción de la escala de baremación*

Alternativas del instrumento	Promedios	Alternativas para la interpretación
Nunca	1,00 – 1,80	Muy bajo
Casi nunca	1,81 – 2,60	Bajo
A veces	2,61 – 3,40	Regular
Casi siempre	3,41 – 4,20	Alto
Siempre	4,21 – 5,00	Muy alto

Cabe precisar que en relación con las escalas; esta investigación se encuentra en la escala multi ítems debido a que se tiene 29 enunciados y para ser más específico dentro de esa línea se encuentra la escala Likert por lo que la encuesta tiene 5 categorías que se ha de enjuiciar cada una de las proposiciones de acuerdo a su grado de aceptación o rechazo, entendiéndose así que presenta una escala gradual.

El método estadístico utilizado es el descriptivo con la finalidad de conocer cómo se comportan las variables con sus diferentes dimensiones y teniendo como base las siguientes herramientas como: SPSS, Minitab y Excel.

## 4.2. Resultados de la actitud emprendedora

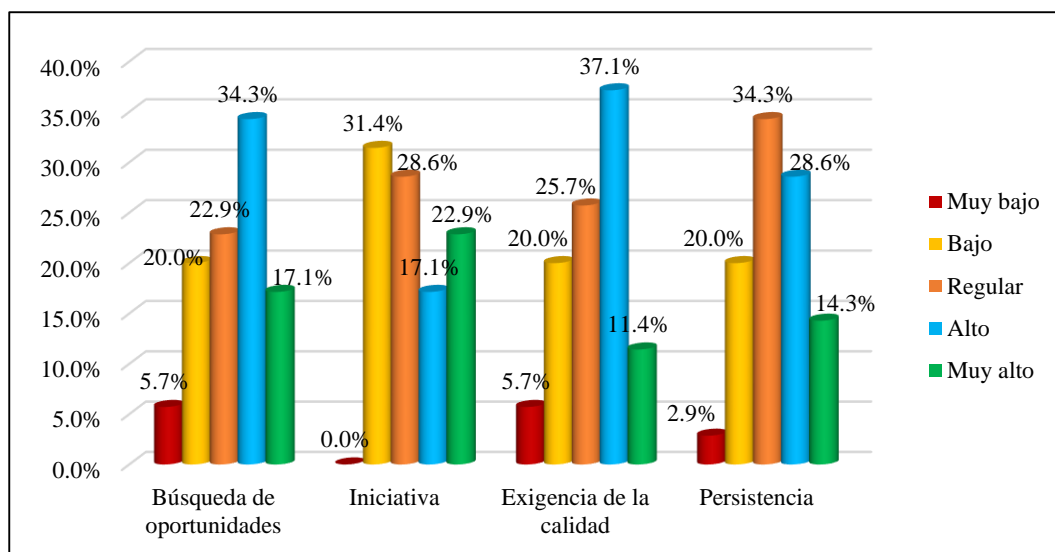
### 4.2.1. Resultados de la dimensión capacidad de realización

#### A. Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de realización y sus indicadores

**Tabla 9**

*Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de realización y sus indicadores- parte 1*

	Búsqueda de oportunidades		Iniciativa		Exigencia de la calidad		Persistencia	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Muy bajo	2	5,7%	0	0,0%	2	5,7%	1	2,9%
Bajo	7	20,0%	11	31,4%	7	20,0%	7	20,0%
Regular	8	22,9%	10	28,6%	9	25,7%	12	34,3%
Alto	12	34,3%	6	17,1%	13	37,1%	10	28,6%
Muy alto	6	17,1%	8	22,9%	4	11,4%	5	14,3%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Figura 1***Dimensión capacidad de realización y sus indicadores- parte 1***Interpretación:**

- **Búsqueda de oportunidades:** Para este indicador se tiene a un 34.3% de estudiantes encuestados, quienes opinaron que presenta un nivel alto; seguido del 22.9% quienes lo consideran regular, el 20% lo percibe como bajo, para el 17.1% es muy alto; y para el 5.7% es muy bajo, cifras que señalan que, los estudiantes encuestados, por lo general se informan de estudios de mercado para poder iniciar un emprendimiento, y, que en los últimos 4 meses, buscaron un establecimiento que le pueda brindar el espacio para poder desarrollar su emprendimiento personal.
- **Iniciativa:** Cómo se puede observar el 31.4% de estudiantes encuestados señalaron que este indicador se percibe a un nivel bajo, el 28.6% consideró que el nivel es regular, un 22.9% opinaron que es muy alto, para el 17.1% éste es alto, y el 0% es decir ninguna persona manifestó que sea muy bajo, resultados que reflejan que, una mayoría de encuestados consideran que se anticipan y proponen ideas novedosas para realizar actividades que generen algún ingreso económico, es decir que están por lo general están atentos para poder tomar acción a alguna oportunidad de negocio.
- **Exigencia de la calidad:** En lo relacionado a dicho indicador, se observa que el 37.1% de estudiantes encuestados consideraron que es alto, seguido del 25.7% quienes respondieron que es regular, para el 20% es bajo, el 11.4% lo consideró muy alto; mientras que 5.7% lo situó en el nivel muy bajo, situación que muestra que, los estudiantes encuestados, usualmente asisten a capacitaciones o se informan con la



finalidad de mejorar la calidad y acabado de su producto, y a menudo, desarrollan actividades de emprendimiento, buscando que estas muestren calidad en su producto final.

➤ **Persistencia:** En cuanto a este indicador, se aprecia que un 34.3 de encuestados manifiestan que es regular, el 28.6% lo perciben como alto, un 20% lo consideraron bajo, para un 14.3% es muy alto, mientras que, un 2.9%, opinó que es muy bajo; de ello se deduce que, los estudiantes suelen dedicar tiempo a buscar soluciones, frente a las situaciones que se presentan, y eventualmente, insisten con otras personas a fin de lograr realizar las actividades que desean.

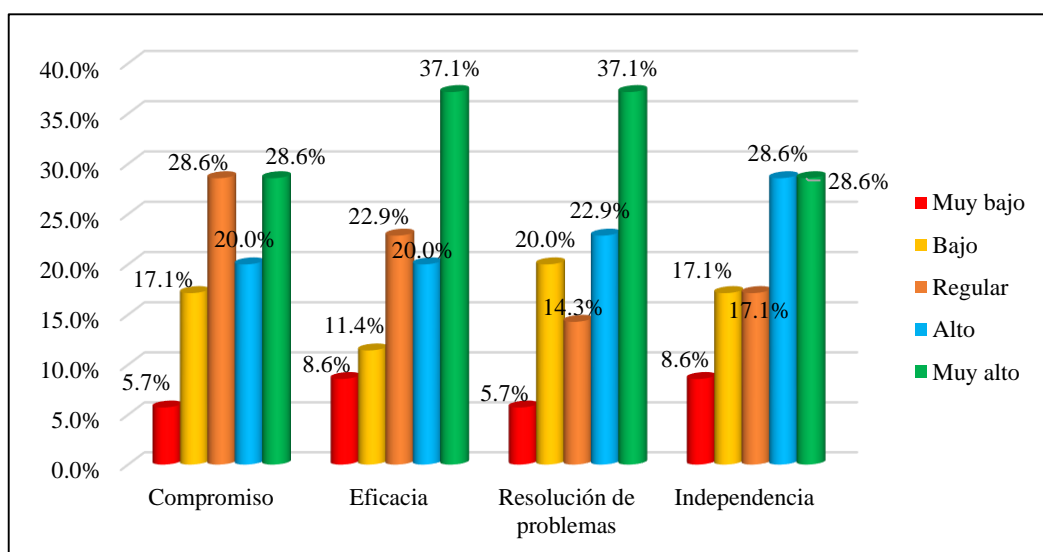
**Tabla 10**

*Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de realización y sus indicadores- parte 2*

	Compromiso		Eficacia		Resolución de problemas		Independencia	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Muy bajo	2	5,7%	3	8,6%	2	5,7%	3	8,6%
Bajo	6	17,1%	4	11,4%	7	20,0%	6	17,1%
Regular	10	28,6%	8	22,9%	5	14,3%	6	17,1%
Alto	7	20,0%	7	20,0%	8	22,9%	10	28,6%
Muy alto	10	28,6%	13	37,1%	13	37,1%	10	28,6%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Figura 2**

*Dimensión capacidad de realización y sus indicadores- parte 2*



**Interpretación:**

- **Compromiso:** Como se observa en la figura, para este indicador, se tiene que el 28.6% de estudiantes encuestados lo ubica dentro de los niveles regular, para otro 28.6% es muy alto, el 20% consideró que es alto, el 17.1% opina que es bajo, y el 5.7% manifestó que es muy bajo, situación que muestra que los encuestados muchas veces se sienten identificados con las actividades que realizan y ocasionalmente dan más de lo que la situación exige en las actividades que realizan.
- **Eficacia:** En cuanto a la eficacia, se observa que el 37.1% de encuestados lo consideró muy alto, el 22.9% indicó que es regular, el 20% lo ubicó en el nivel alto, el 11.4% manifestó que es bajo, en tanto que, para el 8.6% éste es muy bajo, resultados que muestran que, los estudiantes a menudo terminan las actividades que inician, muchas veces dentro del tiempo indicado para el desarrollo del mismo.
- **Resolución de problemas:** Para este indicador se tiene a un 37.1% de estudiantes encuestados, quienes opinaron que este indicador presenta un nivel muy alto; para el 22.9% el nivel es alto, el 20% manifestó que el nivel bajo, para el 14.3% es regular; mientras que para el 5.7% es muy bajo, dichas cifras señalan que, los encuestados, continuamente buscan distintas formas para superar ciertos obstáculos que pudieran presentarse en el cumplimiento de sus metas, y que, por lo general manejan las situaciones problemáticas que se presentan, a pesar de que ello requerirá inversión de tiempo.
- **Independencia:** Con referencia a la independencia, se observa que el 28.6% de estudiantes encuestados lo ubicó en los niveles alto, para otro 28.6% es muy alto, el 17.1% lo considera regular, otro 17.1% respondió que es bajo, en tanto que, para el 8.6% es muy bajo, dichos resultados muestran que, los estudiantes de Economía casi siempre realizan sus actividades por decisión propia, asimismo, con frecuencia, actúan con autonomía para desarrollar actividades frente a distintas situaciones que se presentan.

## B. Capacidad de realización

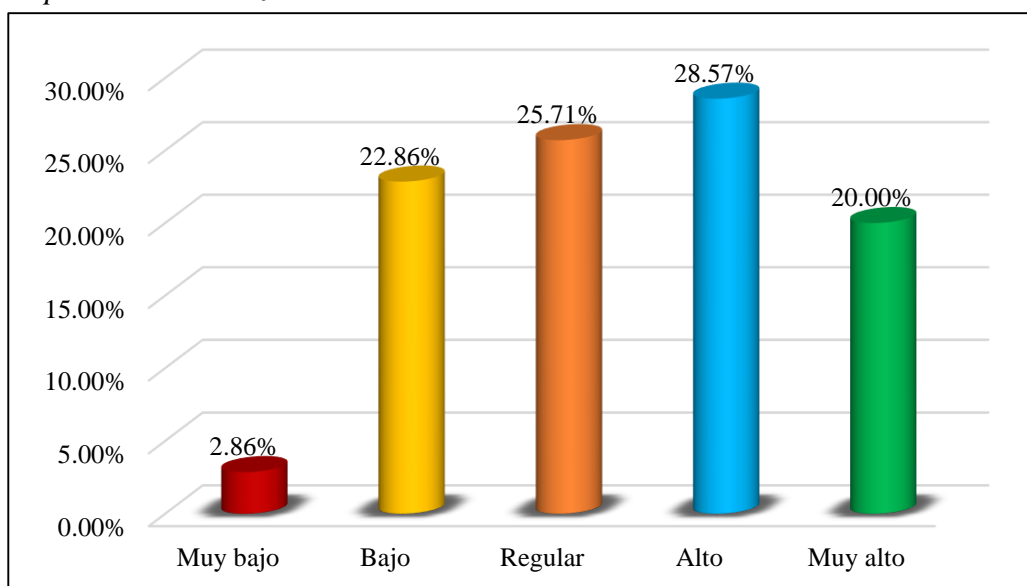
**Tabla 11**

*Resumen de la dimensión capacidad de realización*

<b>Ponderación</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Muy bajo	1	2,86%
Bajo	8	22,86%
Regular	9	25,71%
Alto	10	28,57%
Muy alto	7	20,00%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Figura 3**

*Capacidad de realización*



### **Interpretación:**

- Como se puede apreciar, el 28.57% de los estudiantes universitarios encuestados del IX y X ciclo de la Carrera de Economía de la Universidad Líder Peruana en el distrito de Santa Ana, manifestaron que, la dimensión capacidad de realización se presenta en un nivel alto, un 25.71% la consideró regular; el 22.86% opinó que es baja, para el 20% el nivel es muy alto, mientras que el 2.86% lo consideró muy bajo, cifras que indican que; los estudiantes con frecuencia, se informan acerca de estudios de mercado y espacios físicos o virtuales para poder iniciar un emprendimiento; eventualmente, se anticipan y proponen ideas novedosas para realizar actividades que les generen algún ingreso

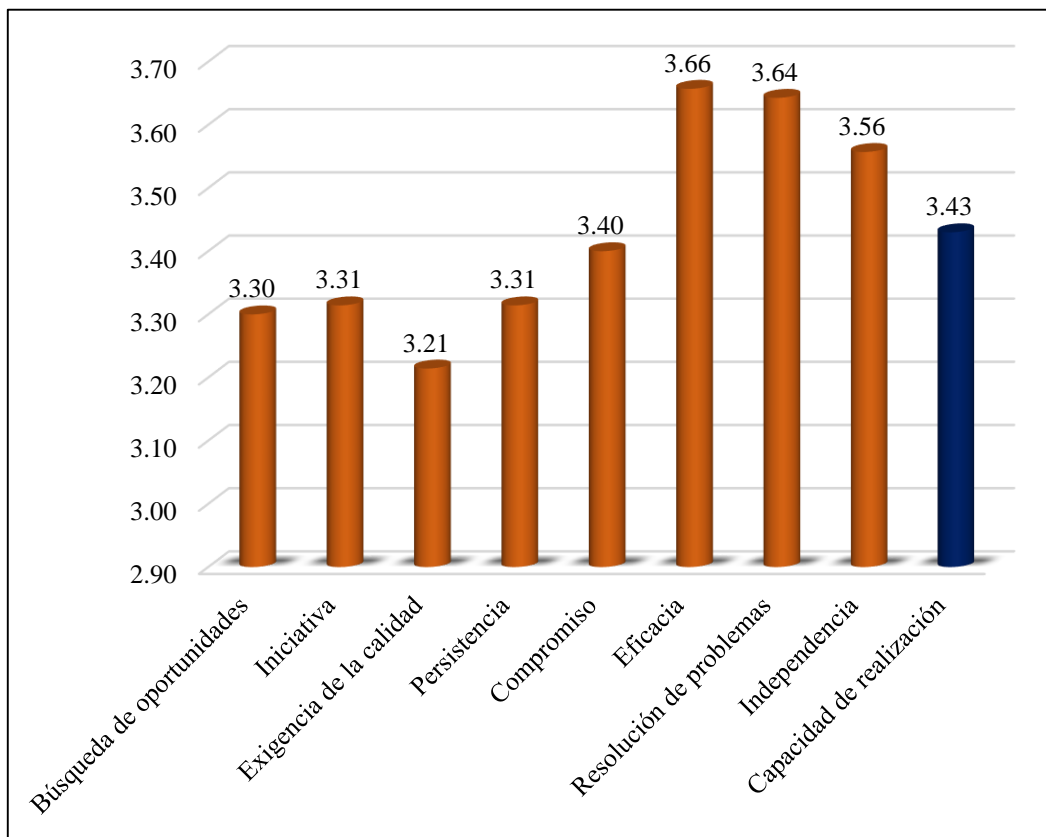
económico, para lo que asisten de manera eventual a capacitaciones para mejorar la calidad y acabado de su producto; las actividades de emprendimiento desarrolladas, así también, por lo general buscan calidad en su producto final; en cuanto a la persistencia, suelen dedicar tiempo a buscar soluciones, frente a las situaciones que se presentan, insistiendo con otras personas a fin de realizar sus actividades; muestran el compromiso identificándose con las actividades que realizan hasta lograrlas y dan más de lo que la situación exige para realizarlas; con frecuencia, terminan las actividades iniciadas, y casi siempre buscan distintas formas para superar obstáculos en el logro de sus metas, tratando de manejar las situaciones problemáticas que se presentan, a pesar de que les llevará tiempo; asimismo, señalan que, suelen actuar con autonomía y realizar sus actividades por decisión propia.

### C. Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de realización

**Tabla 12**

*Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de realización*

<b>Indicadores</b>	<b>Promedio</b>	<b>Escala de medición</b>
Búsqueda de oportunidades	3,30	Regular
Iniciativa	3,31	Regular
Exigencia de la calidad	3,21	Regular
Persistencia	3,31	Regular
Compromiso	3,40	Regular
Eficacia	3,66	Alto
Resolución de problemas	3,64	Alto
Independencia	3,56	Alto
<b>Capacidad de realización</b>	<b>3,43</b>	<b>Alto</b>

**Figura 4***Comparación promedio de los indicadores del soporte físico***Interpretación:**

En la figura de comparación promedio de los indicadores del soporte físico se observa al indicador búsqueda de oportunidades con un promedio de 3.30, lo que dentro de la escala de medición la ubica en un nivel regular, cabe decir que, los encuestados eventualmente buscan estudios de mercado y espacios de negocio para desarrollar su emprendimiento antes de iniciarlo; el indicador de la iniciativa, presenta un promedio de 3.31 ubicándose en una escala de medición regular, lo que denota que, los estudiantes suelen anticiparse y proponer ideas novedosas que les generen algún ingreso económico; en lo relacionado al indicador exigencia de la calidad, se presenta con un promedio de 3.21 que indica un nivel regular, cifras que muestran que, los encuestados en ocasiones asisten a capacitaciones para mejorar la calidad y acabado de su producto final; por otro lado, el indicador persistencia presenta un promedio de 3.31 ubicándose también en una escala regular, lo que indica que, los estudiantes encuestados insisten en el logro de sus objetivos y acostumbran dedicar tiempo a buscar soluciones ante problemas que se presentan; con respecto al indicador compromiso, se tiene un promedio de 3.40, que lo ubica un nivel

regular, denotando que los encuestados muchas veces se identifican y dan más de lo exigido con el fin de conseguir sus objetivos; en cuanto al indicador eficacia muestra un promedio de 3.66 que lo ubica en una escala de medición alta, es así que, los encuestados afirmaron que con frecuencia terminan las actividades con las que se comprometieron realizar; en cuanto a la resolución de problemas, éste presenta un promedio de 3.64, cuyo nivel es alto, dicho promedio muestra que, los estudiantes a menudo buscan superar obstáculos en el logro de sus metas, manejando las situaciones problemáticas que se presentan; finalmente, el indicador de independencia con un promedio de 3.56 que de acuerdo a la escala de baremación indica que se desarrolla a un nivel alto, resultado que refleja que los encuestados realizan sus actividades con autonomía frente a distintas situaciones; como consecuencia del comportamiento de los indicadores, la dimensión capacidad de realización presente un promedio de 3.43 lo que indica que es alta.

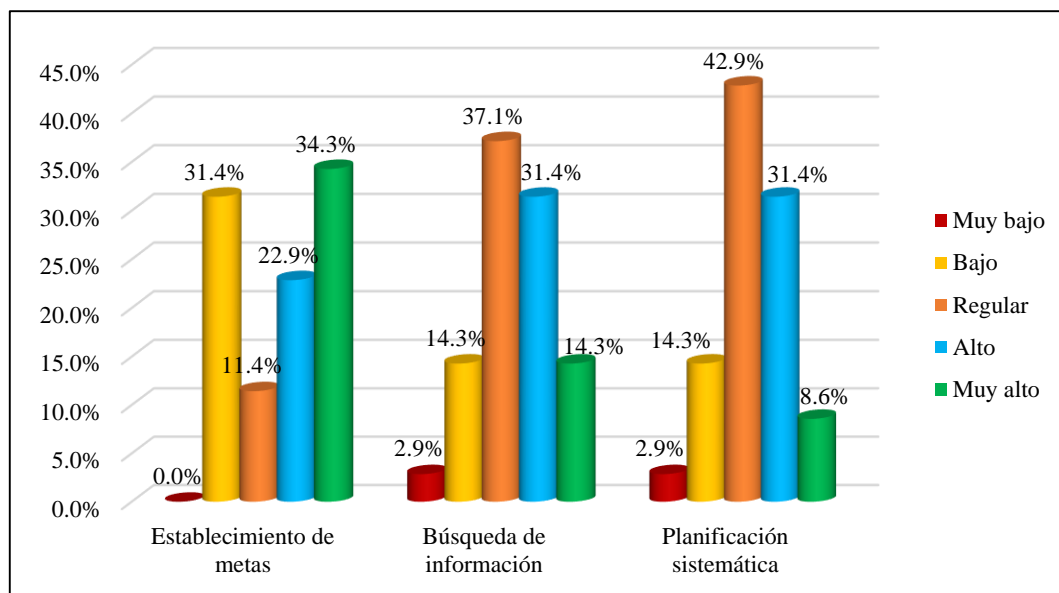
#### 4.2.2. Resultados de la dimensión capacidad de planificación

##### A. Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de planificación y sus indicadores

**Tabla 13**

*Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de planificación y sus indicadores- parte 1*

	Establecimiento de metas		Búsqueda de información		Planificación sistemática	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Muy bajo	0	0,0%	1	2,9%	1	2,9%
Bajo	11	31,4%	5	14,3%	5	14,3%
Regular	4	11,4%	13	37,1%	15	42,9%
Alto	8	22,9%	11	31,4%	11	31,4%
Muy alto	12	34,3%	5	14,3%	3	8,6%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Figura 5***Dimensión capacidad de planificación y sus indicadores- parte 1***Interpretación:**

- **Establecimiento de metas:** En cuanto a este indicador, se aprecia que el 34.3% de estudiantes encuestados lo consideran muy alto, el 31.4% lo manifestó que es bajo, para el 22.9% es alto, el 11.4% respondió que es regular, mientras que, para un 0%, cabe decir, ningún encuestado, indicó que sea muy bajo; de ello se deduce que, los estudiantes encuestados ocasionalmente programan las actividades que deben realizar hasta fin de año y que de manera frecuente establecen de manera clara los objetivos que pretenden alcanzar a nivel personal y profesional.
- **Búsqueda de información:** El 37.1% de estudiantes encuestados considera que el indicador búsqueda de información se presenta a un nivel regular, el 31.4% lo ubica en el nivel alto, el 14.3%, lo sitúa en el nivel bajo, también otro 14.3% indicó que es muy alto, en tanto que, para el 2.9% éste es muy bajo, de esta manera se puede afirmar que, los estudiantes, suelen recopilar información necesaria sobre emprendimientos para iniciar una actividad.
- **Planificación sistemática:** Cómo se puede observar el 42.9% de las personas encuestadas ubicaron a este indicador en un nivel regular, el 31.4% consideró que el nivel es alto, un 14.3% opina que es bajo, para un 8.6% éste es muy alto, y el 2.9% manifiesta

que es muy bajo, de estos porcentajes se deduce que, los encuestados en ocasiones realizan un plan de acción para el desarrollo de sus actividades.

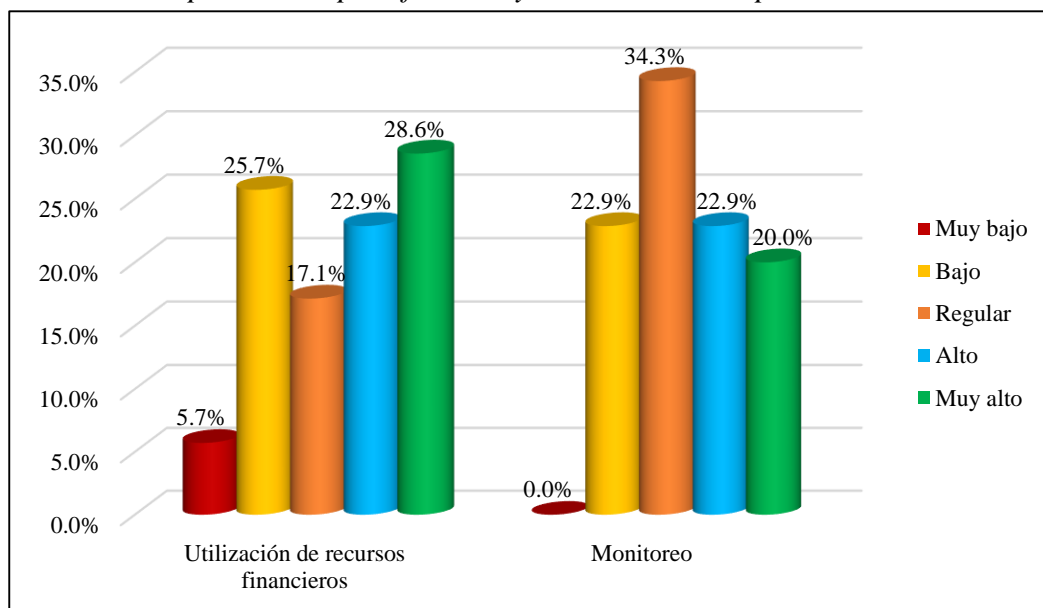
**Tabla 14**

*Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de planificación y sus indicadores- parte 2*

	Utilización de recursos financieros		Monitoreo	
	<i>F</i>	%	<i>f</i>	%
Muy bajo	2	5,7%	0	0,0%
Bajo	9	25,7%	8	22,9%
Regular	6	17,1%	12	34,3%
Alto	8	22,9%	8	22,9%
Muy alto	10	28,6%	7	20,0%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Figura 6**

*Dimensión capacidad de planificación y sus indicadores- parte 2*



**Interpretación:**

➤ **Utilización de recursos financieros:** En cuanto a la utilización de recursos financieros, se observa que el 28.6% de estudiantes encuestados lo consideró muy alto, el 25.7% indicó que es bajo, el 22.9% lo ubicó en el nivel alto, un 17.1% opina que es regular, en tanto que, para el 5.7% éste es muy bajo, dichos resultados muestran que, los



estudiantes encuestados acostumbran realizar un plan presupuestario en las actividades que quieren realizar, y muchas veces realizan sus actividades cumpliendo con el presupuesto asignado de manera cuidadosa.

➤ **Monitoreo:** Como se puede observar el 34.3% de estudiantes encuestados indicaron que el monitoreo se presenta a un nivel regular, el 22.9% lo ubicó en los niveles bajo y alto, un 20% manifestó que, el nivel es muy alto, y para ningún encuestado (0%), éste sería muy bajo, situación que indica que, los estudiantes eventualmente realizan una evaluación a la ejecución de los planes que tiene, y en ocasiones comparan los resultados obtenidos con los esperados en las actividades planificadas que tiene.

## B. Capacidad de planificación

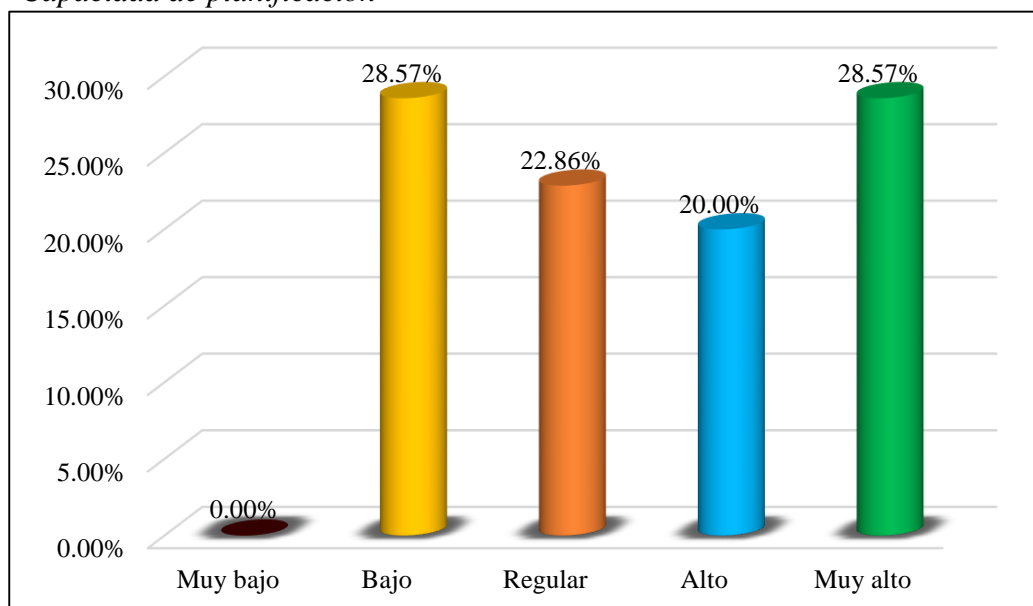
**Tabla 15**

*Resumen de la dimensión capacidad de planificación*

Ponderación	F	%
Muy bajo	0	0,00%
Bajo	10	28,57%
Regular	8	22,86%
Alto	7	20,00%
Muy alto	10	28,57%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Figura 7**

*Capacidad de planificación*



**Interpretación:**

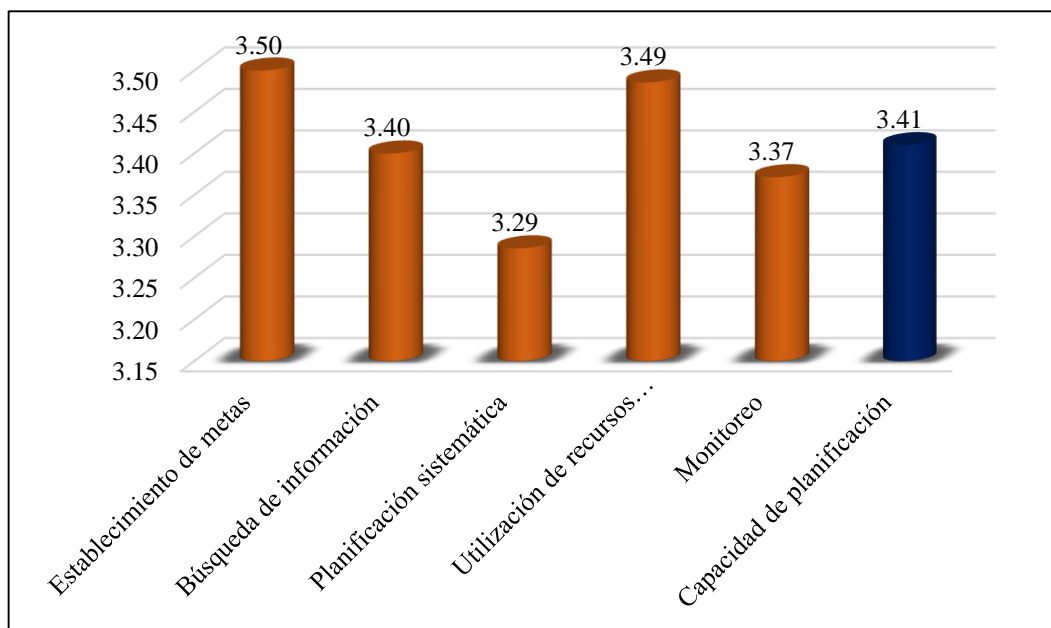
➤ La dimensión capacidad de planificación muestra que el 28.57% de los estudiantes universitarios encuestados del IX y X ciclo de la carrera de Economía de la Universidad Líder Peruana, la ubican en un nivel muy alto, el 20% lo consideró alto, para el 22.86% es regular, por otro lado, se observa que el 28.57% indicó que es bajo y un 0% es decir ninguna persona lo percibe como muy bajo, estas cifras indican que los estudiantes suelen programar las actividades que deben realizar y establecer sus objetivos personales y profesionales, en ocasiones recogen información necesaria sobre emprendimientos y algunas veces realizan un plan de acción de sus actividades, asimismo, los estudiantes usualmente realizan un plan presupuestario de sus actividades cumpliendo con dicho presupuesto de manera cuidadosa, sin embargo, no siempre realizan una evaluación a la ejecución de sus planes y de manera muy eventual comparan los resultados obtenidos con los esperados en las actividades que planificaron.

**C. Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de planificación****Tabla 16***Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de planificación*

<b>Indicadores</b>	<b>Promedio</b>	<b>Escala de medición</b>
Establecimiento de metas	3,50	Alto
Búsqueda de información	3,40	Regular
Planificación sistemática	3,29	Regular
Utilización de recursos financieros	3,49	Alto
Monitoreo	3,37	Regular
<b>Capacidad de planificación</b>	<b>3,41</b>	<b>Alto</b>

**Figura 8**

*Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de planificación*



**Interpretación:**

➤ De acuerdo a la comparación promedio de los indicadores de la capacidad de planificación se puede observar que el indicador establecimiento de metas presenta un promedio de 3.50, lo que indica un nivel alto, cabe decir que, los encuestados frecuentemente programan sus actividades anuales estableciendo sus objetivos personales y profesionales; en cuanto al indicador búsqueda de información, con un promedio de 3.40 que señala una escala regular, cifra que muestra que los estudiantes, en ocasiones recogen información necesaria sobre emprendimientos para iniciar uno nuevo; el indicador planificación sistemática tiene un promedio de 3.29 y un nivel regular, lo que refleja que, los estudiantes encuestados, no siempre realizan un plan de acción para el desarrollo de sus actividades; respecto a la utilización de recursos financieros, este indicador muestra un promedio de 3.49 que lo ubica en una escala de medición alta, de esta manera los encuestados, muchas veces realizan un plan presupuestario de las actividades a realizar, cumpliendo con dicho presupuesto cuidadosamente; finalmente, el monitoreo muestra un promedio de 3.37 lo que indica un nivel regular, con lo que se puede afirmar que, los estudiantes de vez en cuando realizan una evaluación de los planes que tienen, comparando ocasionalmente, los resultados obtenidos con los esperados; con dichos resultados se muestra un promedio de 3.41 para la dimensión capacidad de planificación, cuya escala de medición es alta.

### 4.2.3. Resultados de la dimensión capacidad de relacionarse socialmente

#### A. Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de relacionarse socialmente y sus indicadores

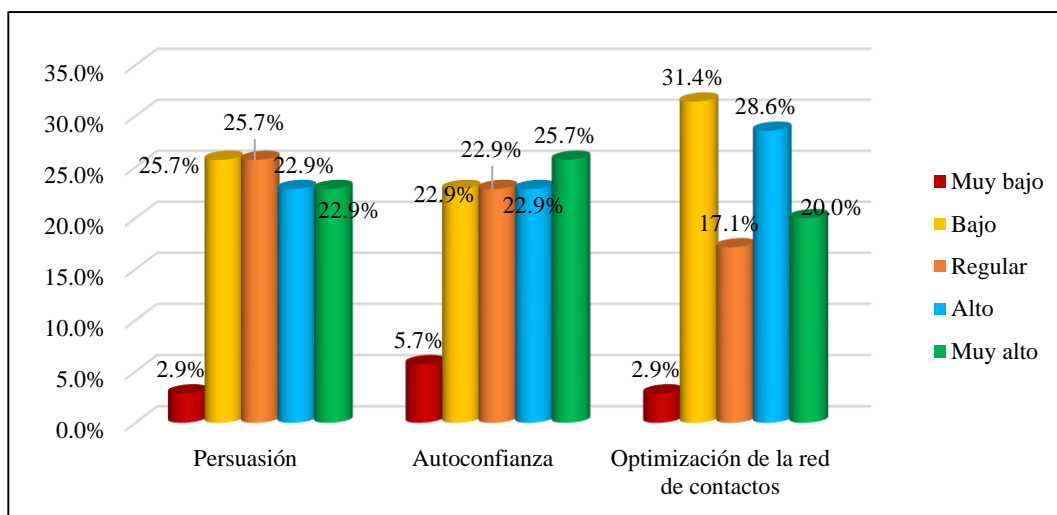
**Tabla 17**

*Distribución y frecuencias de la dimensión capacidad de relacionarse socialmente y sus indicadores*

	Persuasión		Autoconfianza		Optimización de la red de contactos	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Muy bajo	1	2,9%	2	5,7%	1	2,9%
Bajo	9	25,7%	8	22,9%	11	31,4%
Regular	9	25,7%	8	22,9%	6	17,1%
Alto	8	22,9%	8	22,9%	10	28,6%
Muy alto	8	22,9%	9	25,7%	7	20,0%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Figura 9**

*Dimensión capacidad de relacionarse socialmente y sus indicadores*



#### Interpretación:

➤ **Persuasión:** Como se puede observar el 25.7% de estudiantes encuestados indicaron que la persuasión se presenta a un nivel regular, para otro 25.7% es bajo, el 2.9% opinó que es muy bajo, por otro lado, se observa que el 22.9% manifestó que es alto y también

otro 22.9% respondió que es muy alto, situación que indica que, los encuestados, usualmente impulsan a que los demás apoyen sus recomendaciones, y ocasionalmente proponen planes de acción que logren beneficiar a más personas.

➤ **Autoconfianza:** En este indicador el 25.7% de las personas encuestadas lo ubicó en el nivel muy alto, el 22.9% lo consideró como alto, para otro 22.9% es regular, observándose también que otro 22.9% indicó que es bajo y el 5.7% lo consideró muy bajo, estos resultados permiten apreciar que, la mayoría de estudiantes piensan que, ocasionalmente tendrán éxito en cualquier actividad que emprendan y algunas veces buscan actividades desafiantes, porque confían en que las puede realizar.

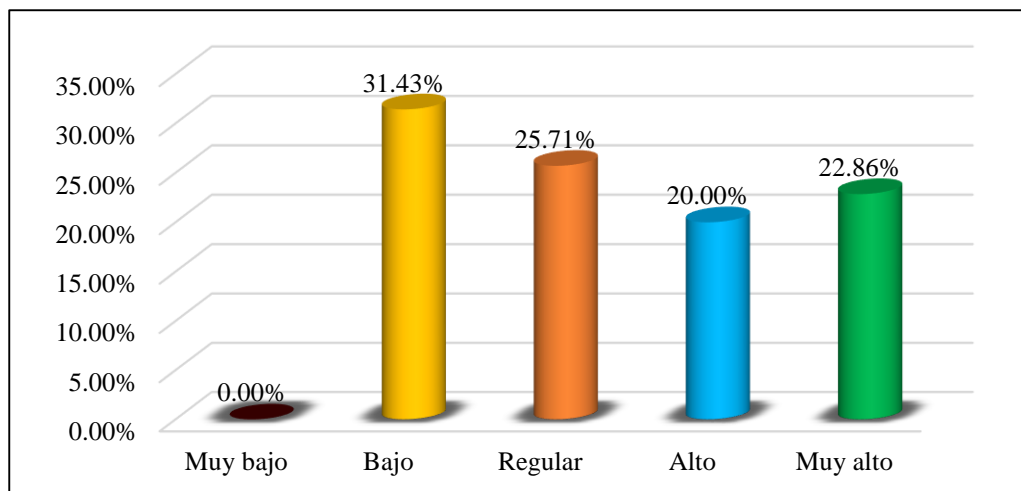
➤ **Optimización de la red de contactos:** Se tiene a un 31.4% de estudiantes encuestados quienes opinan que, este indicador presenta un nivel bajo; el 2.9% indicó que es muy bajo, para el 17.1% es regular, mientras que el 28.6% lo percibe como alto, y el 20% como muy alto, cifras que señalan que los estudiantes a menudo actualizan y amplían sus contactos y redes sociales, tratando de conocer personas en todos los espacios en los que participan.

## B. Capacidad de relacionarse socialmente

**Tabla 18**

*Resumen de la dimensión capacidad de relacionarse socialmente*

<b>Ponderación</b>	<b><i>f</i></b>	<b>%</b>
Muy bajo	0	0,00%
Bajo	11	31,43%
Regular	9	25,71%
Alto	7	20,00%
Muy alto	8	22,86%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Figura 10***Capacidad de relacionarse socialmente***Interpretación:**

➤ Como se puede apreciar, el 31.43% de estudiantes universitarios encuestados del IX y X ciclo de la carrera de Economía de la Universidad Líder Peruana, manifestaron que la dimensión capacidad de relacionarse socialmente, se presenta a un nivel bajo, un 25.71% la considera regular; el 22.86% opina que es muy alta, para un 20% ésta es alta, y el 0% es decir ninguna persona, la ubica en el nivel muy bajo; dichos resultados muestran que, los estudiantes afirman que, en ocasiones impulsan a que los demás apoyen sus recomendaciones, eventualmente proponen planes de acción que logren beneficiar a más personas, algunas veces piensan que pueden tener éxito en cualquier actividad que emprenda y suelen buscar actividades desafiantes, porque confían en que las pueden realizar, por otro lado, señalan que usualmente actualizan sus contactos, y redes sociales tratando de conocer personas en todos los espacios en los que participan.

### C. Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de relacionarse socialmente

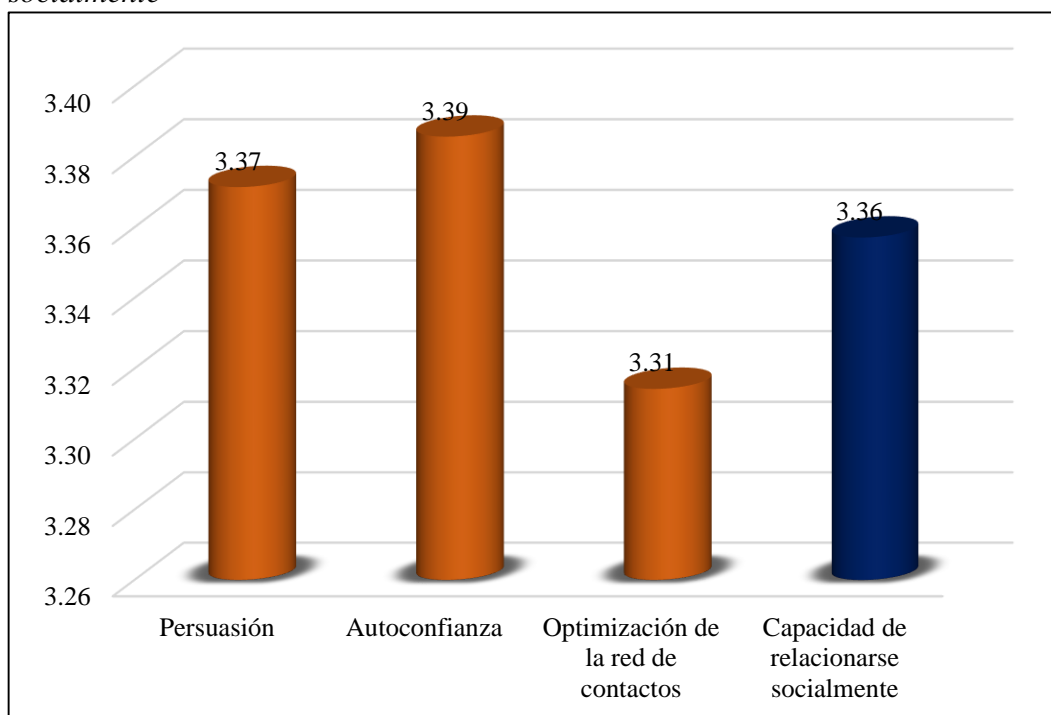
**Tabla 19**

*Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de relacionarse socialmente*

Indicadores	Promedio	Escala de medición
Persuasión	3,37	Regular
Autoconfianza	3,39	Regular
Optimización de la red de contactos	3,31	Regular
<b>Capacidad de relacionarse socialmente</b>	<b>3,36</b>	<b>Regular</b>

**Figura 11**

*Comparación promedio de los indicadores de la capacidad de relacionarse socialmente*



### Interpretación y análisis:

➤ Según la escala de baremación, se puede apreciar que el indicador persuasión, presenta un promedio de 3.37 cuya escala es regular, lo que indica que los estudiantes encuestados algunas veces impulsan a los demás a apoyar sus recomendaciones y proponen planes de acción para beneficiar a más personas; para el indicador autoconfianza, el promedio es de 3.39 que se ubica en un nivel regular, dicha cifra muestra que, los estudiantes usualmente confían en que tendrán éxito en cualquier actividad que emprendan, buscando, ocasionalmente, actividades desafiantes a realizar; finalmente, el indicador optimización de la red de contactos muestra un promedio de 3.31 que lo ubica en un nivel regular, por lo que se aprecia que, los estudiantes eventualmente actualizan y amplían sus contactos, y redes sociales para conocer personas en los espacios en los que participan; en consecuencia, se obtiene un promedio de 3.36 para la dimensión capacidad de relacionarse socialmente, que se sitúa en una escala de medición regular.

#### 4.2.4. Resultados de la variable actitud emprendedora

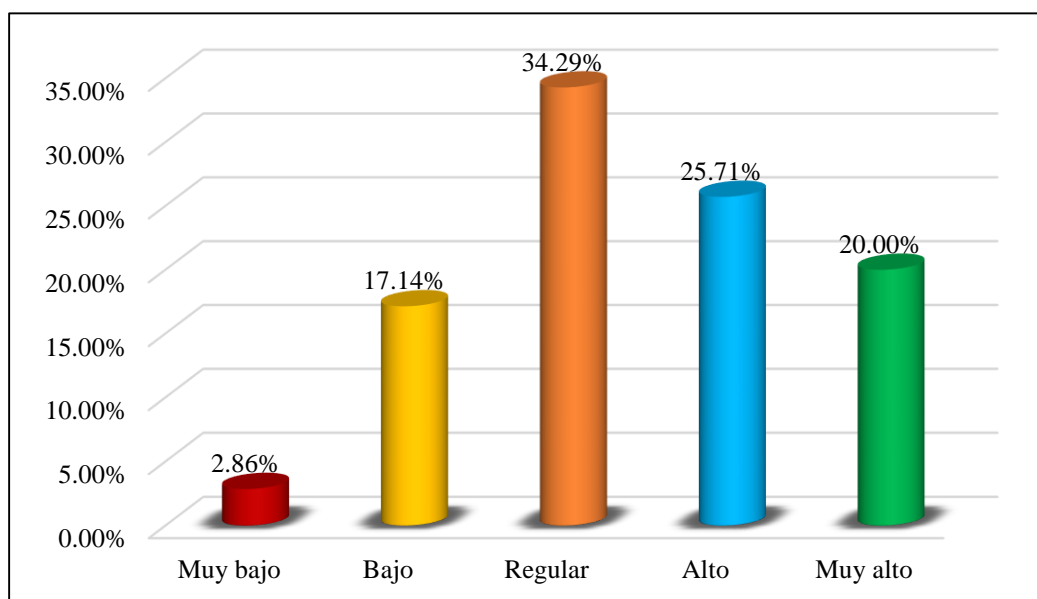
**Tabla 20**

*Resumen de la variable actitud emprendedora*

<b>Ponderación</b>	<b><i>f</i></b>	<b>%</b>
Muy bajo	1	2,86%
Bajo	6	17,14%
Regular	12	34,29%
Alto	9	25,71%
Muy alto	7	20,00%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>



**Figura 12**  
*Actitud emprendedora*



**Interpretación:**

➤ Como se puede apreciar, la variable actitud emprendedora en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, muestra a un 34.29% de estudiantes, quienes le brindan una calificación regular, el 25.71% perciben que se encuentra en un nivel alto, para el 20% éste es muy alto, el 17.14% lo considera bajo, mientras que, el 2.86% lo ubica en el nivel muy bajo; es así que, respecto a la capacidad de realización, los estudiantes universitarios encuestados del IX y X ciclo de la carrera de Economía de dicha universidad, manifiestan que en ocasiones buscan estudios de mercado con el fin de desarrollar un emprendimiento personal, eventualmente se anticipan y proponen ideas novedosas y acciones para poder iniciar su idea de negocio, muchas veces se informan y desarrollan actividades de emprendimiento, buscando lograr un producto de calidad y usualmente buscan soluciones e insisten en el logro de sus actividades, asimismo, en ocasiones muestran compromiso e identificación con las actividades que realizan, dando de sí mismos, más de lo exigido, por lo general terminan las actividades con las que se habían comprometido a realizar, asimismo, con frecuencia buscan la manera de superar obstáculos para lograr sus metas, aunque esto le lleve tiempo y acostumbran realizar sus actividades por decisión propia y con autonomía; para la capacidad de planificación, los encuestados manifestaron que, en ocasiones programan sus actividades anuales y establecen sus objetivos personales y profesionales, de vez en

cuando recogen información sobre emprendimientos para iniciar una actividad, pocas veces realizan un plan de acción para el desarrollo de sus actividades, asimismo manifestaron que, casi siempre realizan un plan presupuestario en sus actividades pero muy pocas veces realizan una evaluación de sus planes comparando los resultados obtenidos con los esperados; al referirse a la capacidad de relacionarse socialmente, los estudiantes suelen proponer planes de acción que logren beneficiar a otras personas, algunas veces piensan que tendrán éxito en cualquier emprendimiento, buscando ocasionalmente actividades desafiantes a realizar y, usualmente actualizan y amplían sus redes de contactos, tratando de conocer personas en todos los espacios en los que participan.

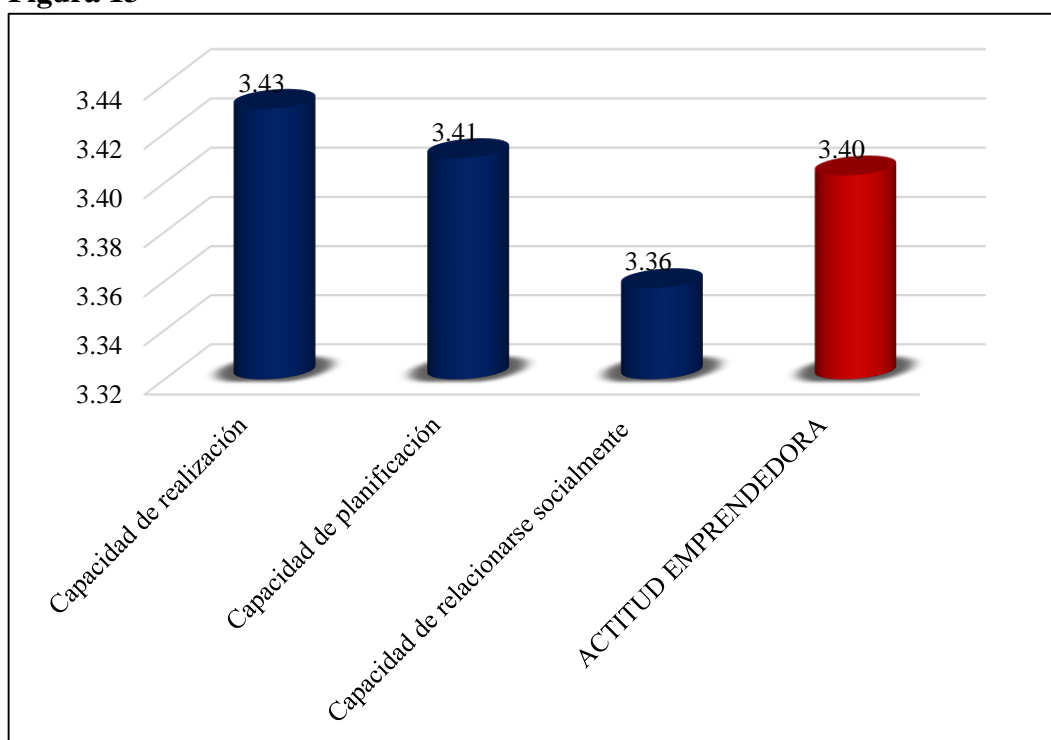
#### 4.2.5. Comparación promedio de las dimensiones actitud emprendedora

**Tabla 21**

*Comparación promedio de las dimensiones de la actitud emprendedora*

Dimensiones	Promedio	Escala de medición
Capacidad de realización	3,43	Alto
Capacidad de planificación	3,41	Alto
Capacidad de relacionarse socialmente	3,36	Regular
<b>ACTITUD EMPRENDEDORA</b>	<b>3,40</b>	<b>Regular</b>

**Figura 13**



**Interpretación y análisis:**

➤ De acuerdo a la figura, la dimensión capacidad de realización se presenta con un promedio de 3.43, cuyo nivel es alto, ya que los estudiantes encuestados eventualmente buscan oportunidades para desarrollar un emprendimiento, de vez en cuando muestran iniciativa para iniciar una idea novedosa de negocio, frecuentemente se capacitan para mejorar la calidad de su producto, y en ocasiones persisten frente a situaciones adversas buscando cumplir con las actividades planificadas, por otro lado, algunas veces muestran compromiso e identificación con las actividades que realizan, a menudo culminan con las actividades iniciadas, asimismo, suelen buscar alternativas para resolver los problemas que se les presentan y muchas veces muestran autonomía e independencia al desarrollar sus actividades; la dimensión capacidad de planificación muestra un promedio de 3.41, valor que de acuerdo a la escala de baremación es alto, con lo que se percibe que los estudiantes continuamente establecen metas personales y profesionales, programando sus actividades anuales, con frecuencia buscan información para iniciar un emprendimiento, para lo cual realizan un plan de acción para sus actividades, así también realizan un presupuesto para sus actividades y algunas veces monitorean la ejecución de sus planes comparando los resultados obtenidos con los esperados; finalmente, la dimensión capacidad de relacionarse socialmente, muestra una escala regular y con un promedio de 3.36 lo que sugiere que; los estudiantes encuestados en ocasiones perseveran al momento de lograr apoyo para sus actividades así como beneficiar a otros, eventualmente poseen autoconfianza, pensando que tendrán éxito en lo que se proponen y de manera continua actualizan y amplían sus redes de contactos; en consecuencia, la variable actitud emprendedora muestra un promedio de 3.40, lo que indica una escala de medición regular.

### 4.3. Discusión

En el desarrollo del presente trabajo los hallazgos encontrados responden al objetivo planteado el cual indica: describir la actitud emprendedora en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención – 2022, teniendo como principal resultado que la actitud emprendedora se presenta con un promedio de 3,40 resultado que indica que se realiza de manera regular.

Dentro del presente estudio se consideró como participantes al total de los estudiantes matriculados del IX y X ciclo de la carrera de Economía, siendo 48 personas, sin embargo, no todos pudieron responder el cuestionario, habiendo recibido solo la respuesta de 35 estudiantes, siendo ellos la muestra de estudio. Dicho cuestionario formado por 1 variable, 3 indicadores, 16 indicadores y 29 ítems fue validado por la opinión de expertos de 4 profesionales dentro de ellos son 2 especialistas en economía y dos especialistas en metodología quienes dieron la opinión de aplicable (tabla 6), asimismo se halló la confiabilidad del instrumento por medio del estadístico Alfa de Cronbach, habiendo aplicado una encuesta piloto a 10 estudiantes de la carrera de Economía de otra universidad, donde los resultados fueron de 0,977 lo que indica que existe una alta confiabilidad.

Asimismo, se encontró que en la dimensión capacidad de realización, los indicadores de la eficacia, resolución de problemas e independencia se encuentran en los estudiantes de manera alta y la búsqueda de oportunidades, iniciativa, exigencia de la calidad, persistencia y compromiso de manera regular siendo el indicador que menos aporta la exigencia de la calidad; en cuanto a la dimensión de la capacidad de planificación, se encontró que el establecimiento de metas y la utilización de recursos financieros se presentan a un nivel alto y los indicadores de búsqueda de información, planificación sistemática y monitoreo son actitudes que se presentan de manera regular en los estudiantes; finalmente, la dimensión de la capacidad de relacionarse socialmente, junto a sus indicadores se presentan de manera regular, siendo la optimización de la red de contactos el indicador con una menor presencia en los estudiantes.

Con dichos resultados, se evidencio que la dimensión de relacionarse socialmente es la actitud menos presente en los estudiantes, siendo la capacidad de realización la que más aporta en la actitud emprendedora que tienen las personas para poder realizar alguna actividad de negocio.

En el desarrollo de un análisis comparativo de los resultados obtenidos, en la investigación desarrollada en los universitarios del IX y X ciclo en lo que respecta a su actitud emprendedora, se puede observar que los resultados regulares obtenidos frente a dicha variable, evidencian ciertos niveles de distancia, frente a lo planteado en la teoría propuesta por Lozada (2018) quien manifiesta que es la capacidad de crear o iniciar un proyecto, una empresa o un nuevo sistema de vida, teniendo como fuente de inspiración la confianza en sí mismo, la determinación de actuar en pro a nuestras inquietudes con perseverancia hasta hacerlos realidad, en tal sentido los resultados permiten ver que la capacidad de iniciar algún proyecto de dichos estudiantes, al presentar un resultado regular, evidencian algunos niveles de descuido en el proceso de formación, tanto por parte de los estudiantes como de la institución, habiéndose analizado al respecto que factores como la capacidad de realización, de planificación y de relacionarse socialmente, no se encuentran debidamente consolidadas en dichos estudiantes, requiriendo ello un proceso de retroalimentación por parte de la institución al respecto a efectos de mejorar a futuro dichos indicadores.

Por otro lado, en un análisis comparativo con los antecedentes considerados, se tiene los concluido por Rivadeneira y Cruz (2020) en su estudio “Análisis de las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí”, cuyos resultados muestran que el 45% de los estudiantes tienen habilidades para hacer negocios, el 58% manifestó que presenta disposición para asumir riesgos, el 49% indico que tiene autonomía en las actividades que realiza, el 57 % respondió que tiene creatividad y el 44% muestra facilidad para comunicarse con los demás y toman la iniciativa frente a ciertas situaciones que se presentan, dichos resultado al asemejarse en sus términos a las conclusiones logradas en la presente investigación, dejan una clara evidencia de la necesidad de fortalecer las actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios, con el fin de que ello pueda mejorar y ayudar en el futuro al desarrollo empresarial de los mismos.

Por otro lado, Juárez (2019) en su investigación: “Influencia de la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna del año 2019” y quien concluye que en un alto porcentaje los estudiantes no formarían una empresa a pesar de contar con las oportunidades y medios para hacerlo, evidenciando ello un escaso nivel en la actitud emprendedora de dichos estudiantes,

resultados que al asemejarse con los obtenidos en la presente investigación, dejan una clara evidencia sobre la importancia y necesidad de mejorar y fortalecer en el proceso de formación de los estudiantes acciones que se orienten a reducir los temores al riesgo y al fracaso, así como el de fortalecer la autoconfianza en las habilidades propias.

## Conclusiones

De acuerdo a los objetivos planteados, se tiene las siguientes conclusiones:

**Primera:** De acuerdo al objetivo general se concluye que la actitud emprendedora en los estudiantes de IX y X ciclo de la Escuela Profesional de Economía en la Universidad Líder Peruana, se presenta con un promedio de 3,40 resultado que indica que es regular, mostrando así que existen algunas falencias sobre todo en temas de persuasión y autoconfianza, asimismo, los factores como la inexperiencia de los emprendedores y los factores externos que viene viviendo el país los cuales están muy relacionados al mercado generan perjuicio en el emprendimiento e inversión y desarrollada lo que hace que muchas veces no logren crecer como empresa o simplemente desaparezcan del mercado.

**Segunda:** En cuanto a la capacidad de realización, se concluye que esta dimensión se presenta de manera alta, con un promedio de 3,43 lo que muestra que los estudiantes con frecuencia, se informan acerca de estudios de mercado para poder iniciar un emprendimiento, buscando espacios que le ayuden a emprender un negocio, para lo cual se anticipan a proponer ideas novedosas para realizar actividades que les generen algún ingreso económico, realizando diferentes acciones a fin de lograr el emprendimiento, teniendo en cuenta que esta actividad es totalmente voluntaria, así también, se evidencio que son pocas las personas que buscan capacitarse en actividades de emprendimiento a fin de lograr mejores resultados en las actividades que realizan; afirmando que dedican tiempo a buscar soluciones frente a las situaciones que se presentan, asimismo manifestaron que insisten con otras personas a fin de que apoyen sus actividades y que en ocasiones se identifican con las actividades que realiza y dan más de lo que la situación exige para realizarlas, buscando siempre terminar las actividades iniciadas, superando los obstáculos que se presentan, muy a pesar de que les llevará tiempo; mostrando por lo general autonomía en el desarrollo de las actividades.

**Tercera:** La dimensión de la capacidad de planificación se presenta con un promedio de 3,41 resultado que indica que es alto, resultado que muestra que los encuestados suelen programar las actividades que deben realizar y establecer sus objetivos personales y profesionales, para lo que buscan información necesaria sobre emprendimientos y que los ayude a realizar un plan de acción de sus actividades, asimismo, realizan un plan presupuestario de sus actividades el cual a pesar de las adversidades tratan de cumplir, descuidando un poco la evaluación en la ejecución de sus planes y monitoreo de sus

actividades, pues muy pocas veces se realiza una comparación de lo logrado con lo esperado.

**Cuarta:** Finalmente, la capacidad de relacionarse socialmente muestra un promedio de 3,36 resultado que muestra que es regular, dichos resultados muestran que, los estudiantes afirman que, a veces buscan que los demás apoyen sus recomendaciones, proponiendo planes de acción que logren beneficiar a más personas, teniendo la esperanza de alcanzar el éxito en las actividades que emprenden así sean actividades desafiantes, pues algunos de los estudiantes confían en sus capacidades para poder realizar aquello que se proponen, asimismo la mayoría afirmó que por lo general tratan de tener actualizados sus contactos y redes sociales, teniendo como propósito conocer personas en todos los espacios en los que participan a fin de ampliar sus contactos y poder ver en ellos posibles socios o clientes para los emprendimientos que tengan.



## Recomendaciones

**Primera:** Se recomienda a la Universidad Líder Peruana y a la Escuela Profesional de Economía que a efectos de fortalecer y mejorar la actitud emprendedora en sus estudiantes, se desarrolle un proceso de autoevaluación y revisión de los contenidos silábicos y objetivos de los mismos en temas relacionados a la capacidad de realización de los estudiantes,, la capacidad de planificación y la capacidad de relacionarse socialmente, dichos contenidos deberán ser revisados y actualizados de manera anual por las áreas pertinentes a efectos de mantenerlas vigentes y actualizadas de manera permanente

**Segunda:** Se recomienda a los responsables del área académica a la Escuela Profesional de Economía que en lo que respecta a la capacidad de realización, se incorporen contenidos actualizados en las materias relacionadas o que orienten en los estudiantes acciones como la búsqueda de oportunidades, fortalecimiento de iniciativa, gestión de calidad, compromiso, así como resolución de problemas, con el fin de consolidar dichas acciones de una manera más eficaz y actualizada en los estudiantes, lo que permitirá mantener y mejorar dichas actividades.

**Tercera:** Se recomienda Se recomienda a los responsables del área académica a la Escuela Profesional de Economía, que, en cuanto a la capacidad de planificación, se deban revisar las asignaturas cuyos temas se vinculan a la identificación de metas, diseño de planes, identificación de oportunidades entre otros, con el fin de que los mismos sean actualizados y a su vez sean desarrollados por catedráticos especialistas en el área de planificación, actividad que ayudará a mantener y mejorar el nivel de los resultados obtenidos.

**Cuarta:** Finalmente, se recomienda a los responsables del área académica a la Escuela Profesional de Economía así como al área de proyección y responsabilidad social, que a efectos de mejorar la capacidad de relacionarse socialmente en sus estudiantes, se desarrollen talleres y acciones de sensibilización, las cuales permitan a los estudiantes mejorar y desarrollar capacidades como la persuasión, la autoconfianza y la optimización de sus redes de contactos, dichas acciones deberán estar incorporadas de manera permanente en el desarrollo de cada ciclo académico.

## Referencias bibliográficas

- Basurto, X. (2016). Un acercamiento de la planificación estratégica y las organizaciones sanitarias. *Dominio de las Ciencias*, 2(3), 3-14. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Benavides, J. (2014). *Administración* (Segunda ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Cabrera, C., Fuentes, M., & Cerezo, G. (2017). La gestión financiera aplicada a las organizaciones. *Dominio de las Ciencias*, 3(4), 220-232. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Calderón, K., & Figueroa, G. (2018). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil. *Tesis de grado*. Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28019/1/Tesis%20calderon-figueroa.pdf>
- Cámara de Comercio, Industria, servicios, Turismo y de la producción del Cusco. (2022). *Espíritu emprendedor en el Perú y en el Cusco: ¿Ilusión o realidad?* Obtenido de <https://www.camaracusco.org/espíritu-emprendedor-en-el-peru-y-en-el-cusco-ilusion-o-realidad/>
- Campbell, S. G. (2020). No-probabilístico: herramienta de investigación científica en carreras de ciencias de la salud. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 684.
- Canahuire, E., Endara, F., & Morante, E. (2015). *¿Cómo hacer la tesis universitaria? Una guía para investigadores* (Primera ed.). Colorgraf S.R.L.
- Carhuancho, M., Nolazco, A., Sicheri, L., Guerrero, A., & Casana, M. (2019). *Metodología para la investigación holística* (Primera ed.). UIDE.
- Carrasco, S. (2015). *Metodología de la investigación científica* (Segunda - novena reimpresión ed.). San Marcos.
- Carrera, M., Partida, A., Villareal, L., & Cantú, A. (2021). Actitudes emprendedoras que inciden en el desarrollo empresarial de los estudiantes universitarios de Instituciones de Educación Superior (IES), en México. *Innovaciones de Negocios*, 18(35), 83-111. Obtenido de <https://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/view/340/306>
- Castro, R. (2016). Monitoreo y desempeño laboral del personal administrativo de las instituciones educativas del distrito de Oxapampa, Pasco-2016. *Tesis de doctorado*. Universidad César Vallejo. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29476/castro\\_er.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29476/castro_er.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Chiavenato, I. (2017). *Comportamiento Organizacional: La dinámica de éxito en las organizaciones* (Tercera ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Choquehuayta, S. (2017). Actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno: 2016. *Tesis de grado*. Universidad Nacional del Altiplano. Obtenido de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5121/Choquehuayta\\_Vilca\\_Sheyla\\_Madelei.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5121/Choquehuayta_Vilca_Sheyla_Madelei.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Covarrubias, V. (2018). Formación Académica y Actitud Emprendedora de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Andina del Cusco-2018. *Tesis de maestría*. Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Obtenido de <http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/3677/253T20181020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Días, C. (2015). *Administración* (Segunda ed.). Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Diego, X., & Velásquez, L. (2021). Perfil de emprendimiento y la actitud emprendedora de los estudiantes de administración de UPAO campus Trujillo - 2021. *Tesis de grado*. Universidad Privada Antenor Orrego. Obtenido de [http://200.62.226.186/bitstream/20.500.12759/8731/1/REP\\_XENA.DIEGO\\_LA\\_DY.VEL%c3%81SQUEZ\\_PERFIL.DE.EMPREDIMIENTO.pdf](http://200.62.226.186/bitstream/20.500.12759/8731/1/REP_XENA.DIEGO_LA_DY.VEL%c3%81SQUEZ_PERFIL.DE.EMPREDIMIENTO.pdf)
- Duve, A. (2019). Alfa de Cronbach. *Análisis de la consistencia o confiabilidad de un instrumento*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=nIZgDNVQEWE>
- Espinoza, N., & Villasante, D. (2021). Personalidad emprendedora en los estudiantes del quinto a décimo ciclo de la Escuela Profesional de Administración, en la Universidad Andina del Cusco – 2020. *Tesis de pregrado*. Universidad Andina del Cusco. Obtenido de [https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4112/Nadia\\_Dante\\_Tesis\\_bachiller\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4112/Nadia_Dante_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Fuentes, D., Toscano, E., Malvaceda, E., & Díaz, L. D. (2020). *Metodología de la investigación: Conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables* (Primera ed.). Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
- Gálvez, É., Guauña, R., & Ravina, R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. *Universidad & Empresa*, 22(38), 79-105. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/unem/v22n38/2145-4558-unem-22-38-79.pdf>
- García, K. (2017). Construcción de Proyectos de Vida Alternativos (PVA) en Urabá, Colombia: papel del sistema educativo en contextos vulnerables. *Estudios Pedagógicos*, 43(3), 153-173. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1735/173554750009.pdf>

- Global Entrepreneurship Monitor. (2019). GEM: Perú es el octavo país con mayor intención para emprender en el mundo. *GanaMás*. Obtenido de <https://revistaganamas.com.pe/gem-peru-es-el-octavo-pais-con-mayor-intencion-para-emprender-en-el-mundo/>
- Gómez, J. (2015). Las competencias profesionales. *Revista Mexicana de Anestesiología*, 38(1), 49-55. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/publicaciones.cgi?IDREVISTA=37&NOMBRE=Revista%20Mexicana%20de%20Anestesiolog%EDA>
- Guzmán, D., Torres, D., & Hernández, T. (2020). Actitud emprendedora en estudiantes universitarios de administración: caso Pachuca, México. *VinculaTégica EFAN*, 113-143. Obtenido de [http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategica6\\_1/9%20GUZMAN\\_TORRES\\_HERNANDEZ.pdf](http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategica6_1/9%20GUZMAN_TORRES_HERNANDEZ.pdf)
- Hernández, R., & Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). Edamsa Impresiones, S.A. de C.V.
- Juárez, B. (2019). Influencia de la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna del año 2019. *Tesis de grado*. Universidad Privada de Tacna. Obtenido de <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1173/Jaurez-Paucar-Brenda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lovatón, C. J., & Malpartida, J. I. (2018). Habilidades sociales y la actitud emprendedora en la población de 20 a 29 años de edad en el distrito de Ticlacayan. *Tesis de grado*. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. Obtenido de [http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/345/1/TESIS\\_HABILIDADES-SOCIALES-Y-LA-ACTITUD-EMPRENDEDORA.pdf](http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/345/1/TESIS_HABILIDADES-SOCIALES-Y-LA-ACTITUD-EMPRENDEDORA.pdf)
- Lozada, O. (2018). Actitud emprendedora y habilidades sociales en estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la institución educativa María Goretti del distrito de Comas. *Tesis de pregrado*. Universidad César Vallejo. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/17839/Rivera\\_LD BO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/17839/Rivera_LD BO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Maldonado, C. (2017). El rol del docente como favorecedor del desarrollo de la autonomía en los niños de tres años de una I. E. de Miraflores. *Tesis de grado*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8914/Maldonado\\_Palacios\\_Rol\\_docente\\_favorecedor\\_1.pdf?sequence=1](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8914/Maldonado_Palacios_Rol_docente_favorecedor_1.pdf?sequence=1)

- Moreno, J. (2019). Factores clave en la intención de emprender de los estudiantes universitarios. El papel moderador del entorno. *Tesis doctoral*. Universidad de La Rioja. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=231533>
- Muñoz, C. (2016). *Metodología de la investigación* (Primera ed.). Ocford.
- Núñez, K., & Villena, L. (2021). Intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Economía de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, 2019. *Tesis de grado*. Universidad San Antonio Abad del Cusco. Obtenido de [http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/6038/253T20210288\\_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/6038/253T20210288_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pensado, M., & Gonzáles, O. (2019). Emprendimiento en educación superior. una mirada al contexto universitario en el sector privado. En E. Herruzo, B. Hernández, G. Cardella, & J. C. Sánchez, *Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos* (Primera ed.). Editorial Dykinson, S.L.
- Revelo, R., Lucio, B., Mata, A., & Romero, E. (2017). Medición de la actitud emprendedora en los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador. *Revista Publicando*, 4(11), 422-434. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/507>
- Rivadeneira, F., & Cruz, C. (2020). Análisis de las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí. *Polo del Conocimiento*, 5(3), 465-493. doi:DOI: 10.23857/pc.v5i3.1346
- Rojas, M., Jaimes, L., & Valencia, M. (2018). Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo. *Espacios*, 39(6), 11. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p11.pdf>
- Rueda, D. (2017). Actitud emprendedora en los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Americana del Cusco. *Tesis de pregrado*. Universidad Andina del Cusco. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/1542/RESUMEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, J., & Hernández, B. (2016). Influencia del Programa Emprendedor Universitario (PREU) para la mejora de la actitud emprendedora. *Pampa*, 55-79. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/pampa/n13/n13a04.pdf>
- Silva, M. (17 de enero de 2021). Perú es país de emprendedores. *El Peruano*. Obtenido de <https://www.elperuano.pe/noticia/113609-peru-es-pais-de-emprendedores>
- Sociedad Nacional de Industrias. (2022). *Seminario Perú Mipymes - Semana de la Micro y Pequeña Empresa 2021-2022*. Obtenido de [https://www.youtube.com/watch?v=FTN\\_5TY9eR0&t=1033s](https://www.youtube.com/watch?v=FTN_5TY9eR0&t=1033s)
- Universidad de Sevilla. (2017). *Manual de desarrollo de competencias. 19 competencias clave para tu desarrollo profesional*. EUSA. Obtenido de <https://www.eusa.es/empresate360/Empresate%202017-18/eusa-manual%20de%20competencias.pdf>

- Vázquez, J., & López, A. (2019). Recursos empleados por microempresarias mexicanas en la primera etapa del emprendimiento. En E. Herruzo, B. Hernández, G. Cardella, & J. C. Sánchez, *Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos* (Primera ed., págs. 265- 270). Editorial Dykinson, S.L. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- Vela, M. M. (2018). Planteamiento de metas y motivación. *Tesis de grado*. Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, Guatemala. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/42/Vela-Marcela.pdf>
- Wehrich, H., Cannice, M., & Koontz, H. (2017). *Administración* (Decimoquinta ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Whetten, D., & Cameron, K. (2016). *Desarrollo de habilidades directivas* (Novena ed.). Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

# ANEXOS

## Anexo 1: Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	
<b>Actitud emprendedora</b>	Capacidad de crear o iniciar un proyecto, una empresa o un nuevo sistema de vida, teniendo como fuente de inspiración la confianza en sí mismo, la determinación de actuar en pro a nuestras inquietudes con perseverancia hasta hacerlos realidad. (Lozada, 2018, pág. 14)	De acuerdo con el Ministerio de Educación (2006), la actitud emprendedora se puede clasificar en: la capacidad de realización, capacidad de planificación y capacidad de relacionarse socialmente (Lozada, 2018, págs. 15-16)	<b>Capacidad de realización:</b> Se relaciona al esfuerzo que se hace para alcanzar metas, avanzar, el poder vencer desafíos. (Lozada, 2018, pág. 14)	➤ Búsqueda de oportunidades	1, 2	1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre	
				➤ Iniciativa	3, 4		
				➤ Exigencia de la calidad	5, 6		
				➤ Persistencia	7, 8		
				➤ Compromiso	9, 10		
				➤ Eficacia	11		
				➤ Resolución de problemas	12, 13		
				➤ Independencia	14, 15		
				➤ Establecimiento de metas	16, 17		
➤ Planificación sistemática	19						
➤ Utilización de recursos financieros	20, 21						
➤ Monitoreo	22, 23						
<b>Capacidad de relacionarse socialmente:</b> Se refiere a estados de ánimo positivos que se reflejan en el apoyo para el desarrollo del proyecto. Permite establecer vínculos con personas o instituciones de una manera efectiva. (Lozada, 2018, pág. 16)	➤ Persuasión	24, 25					
	➤ Autoconfianza	26, 27					
	➤ Optimización de la red de contactos	28, 29					



## Anexo 2: Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general	Variable/ dimensiones	Dimensión	Indicadores	Método de investigación
¿Cómo es la actitud emprendedora en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención - 2022?	Describir la actitud emprendedora en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención – 2022.			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Búsqueda de oportunidades</li> <li>- Iniciativa</li> <li>- Exigencia de la calidad</li> <li>- Persistencia</li> <li>- Compromiso</li> <li>- Eficacia</li> <li>- Resolución de problemas</li> <li>- Independencia</li> </ul>	<p><b>Tipo:</b> Básico</p> <p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Alcance:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental – transversal.</p> <p><b>Técnicas:</b> - Encuesta</p> <p><b>Instrumentos:</b> Cuestionario</p> <p><b>Población:</b> 48 estudiantes del IX y X ciclo de Economía</p> <p><b>Muestra:</b> 35 estudiantes</p>
			✓ Capacidad de realización		
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>				
¿Cómo es la capacidad de realización en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención - 2022?	Describir la capacidad de realización en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención – 2022.	Actitud emprendedora		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecimiento de metas</li> <li>- Búsqueda de información</li> <li>- Planificación sistemática</li> <li>- Utilización de recursos financieros</li> <li>- Monitoreo</li> </ul>	
¿Cómo es la capacidad de planificación en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención - 2022?	Describir la capacidad de planificación en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención – 2022.			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persuasión</li> <li>- Autoconfianza</li> <li>- Optimización de la red de contactos</li> </ul>	
¿Cómo es la capacidad de relacionarse socialmente en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención - 2022?	Describir la capacidad de relacionarse socialmente en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención – 2022.		Capacidad de relacionarse socialmente		

**Anexo 3: Instrumento de recopilación de datos**

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Actitud emprendedora	Capacidad de realización	Búsqueda de oportunidades	1 ¿Con que frecuencia usted se informa de estudios de mercado para poder iniciar un emprendimiento? 2 En los últimos 4 meses, ¿Busco algún establecimiento para poder desarrollar su emprendimiento personal?
		Iniciativa	3 ¿Con que frecuencia Ud. se anticipa y propone ideas novedosas para realizar actividades que generen algún ingreso económico? 4 ¿Con que frecuencia usted realiza acciones para poder iniciar su idea de negocio? Tomando en cuenta que es a voluntad propia.
		Exigencia de la calidad	5 ¿Con que frecuencia usted asiste a capacitaciones o se informa para mejorar la calidad y acabado de su producto? 6 ¿Con que frecuencia Ud. desarrolla actividades de emprendimiento, buscando que estas muestren calidad en su producto final?
		Persistencia	7 ¿Con que frecuencia Ud. dedica tiempo a buscar soluciones, frente a las situaciones que se presentan? 8 ¿Con que frecuencia Ud. insiste con otras personas a fin de lograr realizar las actividades que desea?
		Compromiso	9 ¿Con que frecuencia se identifica con las actividades que realiza para lograr conseguirlas? 10 ¿Con que frecuencia Ud. da más de lo que la situación exige en las actividades que realiza?
		Eficacia	11 ¿Con que frecuencia Ud. termina las actividades con las que se comprometido a realizar?
		Resolución de problemas	12 ¿Con que frecuencia busca distintas formas para superar obstáculos en el logro de sus metas? 13 ¿Con que frecuencia trata de manejar las situaciones problemáticas que se presentan, a pesar de que le llevará inversión de tiempo?
		Independencia	14 ¿Con que frecuencia realiza sus actividades por decisión propia? 15 ¿Con que frecuencia actúa con autonomía para desarrollar actividades frente a distintas situaciones?

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Capacidad de planificación	de	Establecimiento de metas	16 ¿Con que frecuencia programa las actividades que debe realizar hasta fin de año?
			17 ¿Con que frecuencia establece los objetivos que pretende alcanzar a nivel personal y profesional?
		Búsqueda de información	18 ¿Con que frecuencia recoge información necesaria sobre emprendimientos para iniciar una actividad?
		Planificación sistemática	19 ¿Con que frecuencia realiza un plan de acción para el desarrollo de sus actividades?
		Utilización de recursos financieros	20 ¿Con que frecuencia realiza un plan presupuestario en las actividades que quiere realizar?
			21 ¿Con que frecuencia realiza sus actividades cumpliendo con el presupuesto asignado de manera cuidadosa?
		Monitoreo	22 ¿Con que frecuencia realiza una evaluación a la ejecución de los planes que tiene?
23 ¿Con que frecuencia compara los resultados obtenidos con los esperados en las actividades planificadas que tiene?			
Capacidad relacionarse socialmente	de	Persuasión	24 ¿Con que frecuencia impulso a que los demás apoyen mis recomendaciones?
			25 ¿Con que frecuencia propone planes de acción que logren beneficiar a más personas?
		Autoconfianza	26 ¿Con que frecuencia piensa que tendrá éxito en cualquier actividad que emprenda?
			27 ¿Con que frecuencia busca actividades desafiantes, porque confía en que las puede realizar?
		Optimización de la red de contactos	28 ¿Con que frecuencia actualiza sus contactos, y redes sociales?
29 ¿Con que frecuencia amplía sus contactos, tratando de conocer personas en todos los espacios en los que participa?			

**UNIVERSIDAD LÍDER PERUANA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**

**Cuestionario aplicado a los estudiantes de IX y X ciclo de Economía**

Estimado estudiante, usted participará en la encuesta de la investigación denominada “ACTITUD EMPRENDEDORA EN UNIVERSITARIOS DEL IX Y X CICLO DE ECONOMÍA DE LA UNIVERSIDAD LÍDER PERUANA, LA CONVENCIÓN – 2022”, cuyo propósito es describir la actitud emprendedora de los estudiantes, se agradece responder con la mayor precisión y sinceridad. Tomar en cuenta que la encuesta es anónima.

A continuación, se presentan una serie de ítems, lea cuidadosamente cada ítem y seleccione la alternativa con la que usted esté de acuerdo, marcando con una "X". Recuerde que para cada ítem Ud. debe elegir solo una respuesta.

<b>ESCALA DE MEDICIÓN – LIKERT</b>					
Nunca 1	Casi nunca 2	A veces 3	Casi siempre 4	Siempre 5	
<b>Ítems/reactivo</b>					
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
1. ¿Con que frecuencia usted se informa de estudios de mercado para poder iniciar un emprendimiento?					
2. En los últimos 4 meses, ¿Busco algún establecimiento para poder desarrollar su emprendimiento personal?					
3. ¿Con que frecuencia Ud. se anticipa y propone ideas novedosas para realizar actividades que generen algún ingreso económico?					
4. ¿Con que frecuencia usted realiza acciones para poder iniciar su idea de negocio? Tomando en cuenta que es a voluntad propia					
5. ¿Con que frecuencia usted asiste a capacitaciones o se informa para mejorar la calidad y acabado de su producto?					
6. ¿Con que frecuencia Ud. desarrolla actividades de emprendimiento, buscando que estas muestren calidad en su producto final?					
7. ¿Con que frecuencia Ud. dedica tiempo a buscar soluciones, frente a las situaciones que se presentan?					
8. ¿Con que frecuencia Ud. insiste con otras personas a fin de lograr realizar las actividades que desea?					
9. ¿Con que frecuencia se identifica con las actividades que realiza para lograr conseguirlas?					
10. ¿Con que frecuencia Ud. da más de lo que la situación exige en las actividades que realiza?					
11. ¿Con que frecuencia Ud. termina las actividades con las que se comprometido a realizar?					
12. ¿Con que frecuencia busca distintas formas para superar obstáculos en el logro de sus metas?					

Ítems/reactivo	1	2	3	4	5
13.¿Con que frecuencia trata de manejar las situaciones problemáticas que se presentan, a pesar de que le llevará inversión de tiempo?					
14.¿Con que frecuencia realiza sus actividades por decisión propia?					
15.¿Con que frecuencia actúa con autonomía para desarrollar actividades frente a distintas situaciones?					
16.¿Con que frecuencia programa las actividades que debe realizar hasta fin de año?					
17.¿Con que frecuencia establece los objetivos que pretende alcanzar a nivel personal y profesional?					
18.¿Con que frecuencia recoge información necesaria sobre emprendimientos para iniciar una actividad?					
19.¿Con que frecuencia realiza un plan de acción para el desarrollo de sus actividades?					
20.¿Con que frecuencia realiza un plan presupuestario en las actividades que quiere realizar?					
21.¿Con que frecuencia realiza sus actividades cumpliendo con el presupuesto asignado de manera cuidadosa?					
22.¿Con que frecuencia realiza una evaluación a la ejecución de los planes que tiene?					
23.¿Con que frecuencia compara los resultados obtenidos con los esperados en las actividades planificadas que tiene?					
24.¿Con que frecuencia impulso a que los demás apoyen mis recomendaciones?					
25.¿Con que frecuencia propone planes de acción que logren beneficiar a más personas?					
26.¿Con que frecuencia piensa que tendrá éxito en cualquier actividad que emprenda?					
27.¿Con que frecuencia busca actividades desafiantes, porque confía en que las puede realizar?					
28.¿Con que frecuencia actualiza sus contactos, y redes sociales?					
29.¿Con que frecuencia amplía sus contactos, tratando de conocer personas en todos los espacios en los que participa?					

Gracias por su colaboración

#### Anexo 4: Ficha de validación de instrumentos por juicio de expertos

**Datos del Experto:** Dr. Rafael Aquize Estrada

**Título de la Investigación:** Actitud emprendedora en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención - 2022

**Objetivo:** Validar instrumento

**Objeto de análisis:** Conocer si el instrumento recoge la información necesaria sobre la actitud emprendedora de ellos estudiantes

**Investigador(a):** Bach. Carlos Montañez Cruz

N°	Evidencias	Indicadores	Valoración				
			1	2	3	4	5
1	Operacionalización de las variables	Metodología				X	
2	Pertinencia de reactivos	Coherencia				X	
3	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia				X	
4	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia				X	
5	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad				X	
6	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad				X	
7	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad				X	
8	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad				X	
9	Muestra una organización lógica	Organización				X	
10	Calidad de instrucciones	Calidad				X	
<b>Total</b>			<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>40</b>	<b>0</b>

**COEFICIENTE DE VALIDACIÓN:**  $C = (a+b+c+d+e) / 50 = 0,80 * 100 = 80\%$

**NOTA:** El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por 2 expertos es  $\geq 70\%$

Santa Ana, 30 de abril de 2022

Sello y firma del experto

#### Anexo 4: Ficha de validación de instrumentos por juicio de expertos

**Datos del Experto:** Dr. Roger Figueroa Benavente

**Título de la Investigación:** Actitud emprendedora en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención - 2022

**Objetivo:** Validar instrumento

**Objeto de análisis:** Conocer si el instrumento recoge la información necesaria sobre la actitud emprendedora d ellos estudiantes

**Investigador(a):** Bach. Carlos Montañez Cruz

N°	Evidencias	Indicadores	Valoración				
			1	2	3	4	5
1	Operacionalización de las variables	Metodología				x	
2	Pertinencia de reactivos	Coherencia				x	
3	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia				x	
4	Basados en aspectos técnicos de la variable	Consistencia			X		
5	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad			X		
6	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad				x	
7	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad				x	
8	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad			X		
9	Muestra una organización lógica	Organización				x	
10	Calidad de instrucciones	Calidad				x	
<b>Total</b>			0	0	0x	0	0

**COEFICIENTE DE VALIDACIÓN:**  $C = (a+b+c+d+e) / 50 = 0,90 * 100 = 90\%$

**NOTA:** El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por 2 expertos es  $\geq 70\%$

Santa Ana, 02 de mayo de 2022

  
 Dr. Roger Figueroa Benavente  
 DOCENTE  
 \_\_\_\_\_  
 Sello y firma del experto

## Anexo 4: Ficha de validación de instrumentos por juicio de expertos

Datos del Experto: Mag. *Ilberto Galdes Berrío*

Título de la Investigación: Actitud emprendedora en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención - 2022

Objetivo: Validar instrumento

Objeto de análisis: Conocer si el instrumento recoge la información necesaria sobre la actitud emprendedora de ellos estudiantes

Investigador(a): Bach. Carlos Montañez Cruz

Nº	Evidencias	Indicadores	Valoración				
			1	2	3	4	5
1	Operacionalización de las variables	Metodología					X
2	Pertinencia de reactivos	Coherencia					X
3	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia					X
4	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia				X	
5	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad					X
6	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad					X
7	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad					X
8	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad					X
9	Muestra una organización lógica	Organización					X
10	Calidad de instrucciones	Calidad					X
Total			0	0	0	0	0

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN:  $C = (a+b+c+d+e) / 50 = 0,90 * 100 = 90\%$

NOTA: El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por 2 expertos es  $\geq 70\%$

Santa Ana, 02 de mayo de 2022

*Ilberto Galdes Berrío*  
 Sello y firma del experto  
 Mag. *Ilberto Galdes Berrío*  
 CI = 1236



**Datos del Experto:** Mag. Lizbett Tello Torres

**Título de la Investigación:** Actitud emprendedora en universitarios del IX y X ciclo de Economía de la Universidad Líder Peruana, La Convención - 2022

**Objetivo:** Validar instrumento

**Objeto de análisis:** Conocer si el instrumento recoge la información necesaria sobre la actitud emprendedora de ellos estudiantes

**Investigador(a):** Bach. Carlos Montañez Cruz

N°	Evidencias	Indicadores	Valoración				
			1	2	3	4	5
1	Operacionalización de las variables	Metodología				X	
2	Pertinencia de reactivos	Coherencia					X
3	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia				X	
4	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia				X	
5	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad				X	
6	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad					X
7	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad					X
8	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad					X
9	Muestra una organización lógica	Organización					X
10	Calidad de instrucciones	Calidad				X	
<b>Total</b>			<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>25</b>

**COEFICIENTE DE VALIDACIÓN:**  $C = (a+b+c+d+e) / 50 = 0,90 * 100 = 90\%$

**NOTA:** El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C)

otorgado por 2 expertos es  $\geq 70\%$

Santa Ana, 30 de abril de 2022

Sello y firma del experto

### Anexo 5: Base de datos de la prueba piloto y prueba de confiabilidad

ACTITUD EMPRENDEDORA																															
Sujeto	Capacidad de realización															Capacidad de planificación							Capacidad de relacionarse socialmente						Suma		
	Búsqueda de oportunidades		Iniciativa		Exigencia de la calidad		Persistencia		Compromiso		Eficacia	Resolución de problemas		Independencia		Establecimiento de metas		Busqueda de info	Planif. Sistemáti	Utilización de recursos financieros		Monitoreo		Persuasión		Autoconfianza		Optimización en la red de contactos			
	Preg 1	Preg 2	Preg 3	Preg 4	Preg 5	Preg 6	Preg 7	Preg 8	Preg 9	Preg 10	Preg 11	Preg 12	Preg 13	Preg 14	Preg 15	Preg 16	Preg 17	Preg 18	Preg 19	Preg 20	Preg 21	Preg 22	Preg 23	Preg 24	Preg 25	Preg 26	Preg 27	Preg 28	Preg 29		
Persona 1	5	4	3	3	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	4	5	5	120	
Persona 2	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	4	3	3	4	2	3	3	2	2	3	2	2	77	
Persona 3	2	3	3	1	1	2	2	3	2	1	2	2	1	2	3	1	2	3	3	3	1	1	3	3	1	1	3	2	2	59	
Persona 4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	78	
Persona 5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	123
Persona 6	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	2	3	2	1	2	3	2	2	3	2	3	2	1	3	63	
Persona 7	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	98	
Persona 8	4	2	3	4	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	2	3	4	2	3	4	2	3	89	
Persona 9	1	2	2	2	1	1	3	1	2	1	3	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	1	3	2	3	3	2	2	57	
Persona 10	3	4	5	5	5	4	3	3	4	3	3	5	4	3	4	3	2	3	2	1	1	3	1	2	3	2	4	3	4	92	
Variación	1.290	1.000	0.760	1.360	1.690	1.290	0.960	1.000	1.210	1.490	0.800	1.200	1.090	1.090	1.040	0.760	1.000	1.360	1.090	1.290	1.810	1.290	1.410	0.290	1.010	0.810	0.650	1.050	0.890	495.6	
																														31.98	

$$\infty \text{ Alfa} = 0,969$$

$$K \text{ (número de ítems)} = 29$$

$$V_i \text{ (varianza de cada ítem)} = 31,98$$

$$V_t \text{ (varianza total)} = 495,64$$

## Anexo 6: Captura de imagen (Base de datos de SPSS)

### Dimensión capacidad de realización

The screenshot shows the SPSS Compute Variable dialog box. The 'Target Variable' is 'Indicador7' and the 'Numeric Expression' is 'VAR00012+VAR00013'. The background shows a data view with columns VAR00002 (4, 5, 6) and rows 1 through 22.

Indicador4	Indicador5	Indicador7
5,00	6,00	
10,00	10,00	
8,00	10,00	
6,00	9,00	
6,00	8,00	
6,00	6,00	
6,00	6,00	
8,00	9,00	
8,00	7,00	
8,00	10,00	
9,00	6,00	
8,00	10,00	
8,00	10,00	
7,00	7,00	
5,00	6,00	
4,00	4,00	
10,00	10,00	
7,00	6,00	
9,00	9,00	
8,00	8,00	
9,00	10,00	
6,00	7,00	

### Dimensión capacidad de planificación

The screenshot shows the SPSS Data View with columns Indicador9 through Indicador13 and rows 1 through 22. The data values are as follows:

Indicador9	Indicador10	Indicador11	Indicador12	Indicador13
7,00	3,00	3,00	5,00	6,00
9,00	5,00	3,00	10,00	10,00
10,00	4,00	5,00	10,00	10,00
8,00	5,00	4,00	10,00	7,00
7,00	4,00	3,00	7,00	6,00
6,00	3,00	3,00	6,00	6,00
5,00	3,00	2,00	5,00	4,00
8,00	3,00	3,00	7,00	7,00
7,00	4,00	4,00	8,00	7,00
9,00	5,00	5,00	10,00	10,00
8,00	4,00	4,00	10,00	8,00
9,00	4,00	4,00	8,00	8,00
9,00	4,00	4,00	9,00	9,00
7,00	3,00	4,00	8,00	6,00
6,00	3,00	3,00	6,00	6,00
4,00	4,00	1,00	6,00	5,00
10,00	5,00	4,00	10,00	9,00
9,00	3,00	3,00	8,00	6,00
10,00	5,00	4,00	9,00	9,00
8,00	4,00	4,00	8,00	8,00
10,00	4,00	5,00	10,00	9,00
9,00	4,00	4,00	8,00	8,00

## Dimensión capacidad de relacionarse socialmente

The screenshot shows the IBM SPSS Statistics Data Editor interface. A 'Compute Variable' dialog box is open, allowing the user to create a new variable. The 'Target Variable' is 'Indicador14' and the 'Numeric Expression' is 'VAR00024+VAR00025'. The background data view shows the following data:

	Indicador4	Indicador1	Indicador8	Dimensión2	Dimensió
1	43,00	5,00	8,00	?	?
2	65,00	7,00	8,00	?	?
3	68,00	7,00	10,00	?	?
4	60,00	6,00	10,00	?	?
5	51,00	6,00	7,00	?	?
6	45,00	6,00	6,00	?	?
7	40,00	5,00	4,00	?	?
8	59,00	7,00	8,00	?	?
9	62,00	9,00	8,00	?	?
10	72,00	9,00	10,00	?	?
11	52,00	4,00	10,00	?	?
12	63,00	7,00	9,00	?	?
13	67,00	10,00	9,00	?	?
14	51,00	6,00	8,00	?	?
15	46,00	7,00	6,00	?	?
16	33,00	2,00	10,00	?	?
17	72,00	10,00	8,00	?	?
18	57,00	8,00	8,00	?	?
19	67,00	10,00	8,00	?	?
20	56,00	7,00	10,00	?	?
21	71,00	10,00	9,00	?	?
22	53,00	5,00	8,00	?	?

The screenshot shows the IBM SPSS Statistics Viewer displaying three frequency tables. The left sidebar shows the 'Output' tree with 'Frequency Table' expanded. The tables are as follows:

### Dimensión Capacidad de realización

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Nunca	1	2,9	2,9	2,9
Casi nunca	8	22,9	22,9	25,7
A veces	9	25,7	25,7	51,4
Casi siempre	10	28,6	28,6	80,0
Siempre	7	20,0	20,0	100,0
Total	35	100,0	100,0	

### Busqueda de oportunidades

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Nunca	2	5,7	5,7	5,7
Casi nunca	7	20,0	20,0	25,7
A veces	8	22,9	22,9	48,6
Casi siempre	12	34,3	34,3	82,9
Siempre	6	17,1	17,1	100,0
Total	35	100,0	100,0	

### Iniciativa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Casi nunca	11	31,4	31,4	31,4
A veces	10	28,6	28,6	60,0

## FOTOGRAFÍAS DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

The screenshot shows a Google Forms interface displaying the results of a quiz. The page title is 'UNIVERSIDAD LÍDER PERUANA ESCUELA PROFESIONAL DE'. The quiz is titled '35 Respuestas'. The status is 'Se aceptan respuestas' (Responses are being accepted). The current score is 'Total de puntos: 0'. The interface includes tabs for 'Preguntas', 'Respuestas', and 'Configuración'. Below the quiz title, there are three tabs: 'Resumen', 'Pregunta', and 'Individual'. The 'Resumen' tab is selected, showing an 'Estadística' (Statistics) section with three cards: 'Promedio 0 / 0 puntos', 'Mediana 0 / 0 puntos', and 'Rango 0 - 0 puntos'. Below these cards is a 'Distribución de puntos totales' (Total score distribution) bar chart, which currently shows a single bar at the value 0.

The screenshot shows a Google Drive 'Mi unidad' (My Drive) view. The interface includes a search bar, a 'Nuevo' (New) button, and a sidebar with navigation options: 'Mi unidad', 'Computadoras', 'Compartidos conmigo', 'Recientes', 'Destacados', and 'Papelera'. The main area displays a grid of files and folders. Under the 'Sugerido' (Suggested) section, there are five items: 'UNIVERSIDAD LÍDER PERU...' (opened today), 'UNIVERSIDAD LÍDER PERU...' (edited today), 'GUIA, TESIS' (opened last month), 'TESIS, CARLOS, MONTANE...' (created last month), and 'PLANTILLA-ASIST-CEBA-C...' (opened last week). The 'Carpetas' (Folders) section shows a grid of folders including 'URSOS MOOC', 'trabajo google drive', 'TESIS ULP 2022', 'TESIS ULP', 'sesiones modeladas', 'RIVELINO ARTETA CA...', 'Punto de Vista diario', 'organizar del programa', 'observaciones en video', 'mediacion y evaluacio...', 'LIBROS DE CHARLAS', 'Itec', 'imagenes guisela octu...', 'horario para la Asesori...', 'HISTORIA DEL EMBLE...', 'GESTOR DE CONTENID...', 'fotos 29 junio', 'FOTOS 2020', 'fichas docente', 'fichas de la semana 21', 'ESPECIALISTA PROFE...', 'ECOECONOMIS', 'DOCUMENTOS', 'DCBN', and 'CV, para FORMADOR T...'. The bottom status bar shows '4.8 GB de 15 GB utilizado(s)' and a 'Comprar almacenamiento' (Buy storage) button.

